



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS

PRESENTACIÓN PROYECTO DE GRADO:

Una Mirada a la prensa Digital desde la propuesta teórica de periodismo ciudadano de Ana María Miralles: Análisis de caso en los periódicos el Universal.com y el Tiempo.com.

Nombre del Autor: Heidy Alejandra Orozco Díaz
Regina Margarita Iriarte Tinoco

Nombre del Asesor: Luís Ricardo Navarro Díaz

PROYECTO DE TRABAJO DE GRADO

Único formato aceptado por el Programa

Director de Diseño de Proyecto: _____

Aceptación del Director Diseño Proyecto: SÍ____ NO ____

Firma Director Diseño de Proyecto: _____

Fecha: _____

CAMPO PARA DILIGENCIAR POR EL COMITÉ CURRICULAR

Aceptación Comité Curricular: SÍ____ NO ____

Firma Director de Programa: _____

Fecha: _____

Observaciones:

I. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Nombre (s): Heidy Alejandra Orozco Díaz Regina Margarita Iriarte Tinoco
Tema (área en la que se inscribe el Proyecto): Periodismo Público Digital
Tipo de trabajo: Trabajo de grado
Director de trabajo de grado sugerido por los estudiantes: Luís Ricardo Navarro Díaz
Título provisional (escriba un título descriptivo, corto y conciso, utilizando un subtítulo que recoja el contenido del trabajo): Una Mirada a la prensa Digital desde la propuesta teórica de periodismo ciudadano de Ana María Miralles: Análisis de caso en los periódicos el Universal.com y el Tiempo.com.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	1
INTRODUCCIÓN	2
1. PLANTEAMIENTO EL PROBLEMA	4
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	4
1.2 JUSTIFICACIÓN	8
1.3 UNIDAD DE INVESTIGACIÓN	9
1.4 OBJETIVOS	9
1.4.1 OBJETIVO GENERAL	9
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	10
 CAPITULO I MARCO REFERENCIAL	
2. ESTADO DEL ARTE	11
2.1 MARCO TEÓRICO	16
2.2 MARCO HISTÓRICO	18
2.1.1 SURGIMIENTO DE LA INTERNET EN EL MUNDO	18
2.1.2 ¿CÓMO NACIÓ LA INTERNET?	18
2.1.3 ¿QUÉ ES INTERNET?	20
2.1.4 LLEGADA DE LA INTERNET A COLOMBIA	20
3. MARCO CONCEPTUAL	23
3.1 COMUNICACIÓN	23
3.2 COMUNICACIÓN POLÍTICA	23
3.3 PARTICIPACIÓN CIUDADANA	24
3.4 CIUDADANÍA	25
3.5 PERIODISMO DIGITAL	26
3.5.1 CARACTERÍSTICAS DE PERIODISMO DIGITAL SEGÚN RAMÓN SALAVERRÍA	26
3.6 PERIODISMO PÚBLICO	28
3.7 ESFERA PÚBLICA	28

3.8 DELIBERACIÓN PÚBLICA	31
4. PARADIGMA CRÍTICO DE LA PROPUESTA TEMÁTICA PERIODISMO PÚBLICO DIGITAL	33
4.1 UNA MIRADA GLOBAL A LOS CONCEPTOS DESDE EL PUNTO DE VISTA DE ANA MARÍA MIRALLES	34
 CAPITULO II METODOLOGIA	
5. TIPO DE INVESTIGACIÓN	38
5.1 MUESTRA	39
5.2 TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	40
6. ANALISIS DE LOS PORTALES	45
6.1 ANALISIS DE LOS RESULTADOS	50
7. ANEXOS	52
7.1 FORMATO DE ENTREVISTA	52
7.2 REGISTRO DE OBSERVACIÓN	53
7.3 INSTRUMENTOS APLICADOS	53
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	68
 9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	72

RESUMEN

Una Mirada a la prensa Digital desde la propuesta teórica de periodismo ciudadano de Ana María Miralles: Análisis de caso en los periódicos el Universal.com y el Tiempo.com, fue un proyecto elaborado con el fin de conocer si hoy en día los periódicos digitales estaban brindando espacios de participación a los ciudadanos, y de qué forma lo hacían. La muestra específica fue las secciones de “ciudadano reportero” de Eluniversal.com y “reportero ciudadano” de Eltiempo.com.

Se encontró que los periódicos estudiados sí brindaban espacios de participación, pero algunas veces estos espacios no eran aprovechados por los ciudadanos y en otros casos no eran suficientes, como cuando hacen preguntas cerradas, en donde el ciudadano solo puede dar una respuesta, no una opinión. Miralles afirma que la opinión pública no es solo obtener respuestas de los ciudadanos, sino obtener opiniones, de igual forma “creer que en la suma de opiniones individuales hay una construcción colectiva, son los grandes reduccionismos que operan hoy en día en torno a la idea de opinión pública” (Miralles, 2001 p. 28).

Con este proyecto se busco detectar las debilidades de cada uno de los periódicos estudiados, específicamente de las secciones analizadas, y al mismo tiempo ver si se colocaba en práctica la verdadera función pública: construir y visibilizar temas ciudadanos, Miralles dice que “el reto del periodismo publico es autonomizar la agenda ciudadana, y por eso se trata de un fenómeno cuyo eje son los temas y las prioridades de los ciudadanos” (Miralles, 2001 p. 29).

Palabras claves: Prensa digital, periodismo ciudadano, periodismo público, opinión pública, participación ciudadana, agenda ciudadana.

INTRODUCCIÓN

Con la llegada de las tecnologías, a mediados de los años 90, los medios de comunicación han encontrado en la web la oportunidad de obtener y presentar información actualizada y de fácil alcance a una escala global. De esta forma los periódicos empezaron a incursionar en la Internet, publicando sus contenidos en la red. Un ejemplo de esto es el diario El Mundo de Medellín, quien fue uno de los primeros periódicos colombianos en tener pagina web y fue el primer periódico en realizar una transmisión online durante el reinado de belleza de 1980. De igual forma El Espectador un 29 de mayo de 1996 inauguró su sitio web, esta plataforma fue utilizada para publicar noticias (*El Espectador*, Archivo de Internet (29-5-1996)).

En un comienzo, los medios impresos intentaban adaptar sus ediciones de una manera fiel al formato tradicional, la información era colgada en la plataforma virtual, como un escaneo del periódico impreso, pero con el transcurrir del tiempo, se ha comprobado que la inmediatez, actualidad e interactividad, son los ejes fundamentales para no quedarse atrás y entrar con garantías de éxito en el mundo de la era digital, sin embargo hoy en día existen periódicos como La Libertad de Barranquilla, quien sigue utilizando el formato antiguo, por otro lado los periódicos colombianos como El Tiempo y El Universal no han sido ajenos a estas transformaciones.

El Universal es hoy en día un periódico de indiscutible liderazgo en una amplia región de la Costa Atlántica, este tiene índices de circulación muy por encima de cualquier otro periódico de la costa o de un periódico nacional. Inicio su circulación el 8 de marzo de 1948, en sus 61 años de existencia se ha destacado por defender la democracia, libertad de información y de opinión sin restricciones (Historia El Universal, 2011).

El Universal suministra información general, actualizada, veraz e incursionando en el medio digital, ofrece a sus lectores que visitan la web ElUniversal.com un espacio de participación ciudadana llamado “ciudadano reportero”. Por otro lado, El Tiempo en la actualidad es el diario con mayor circulación en Colombia, fue fundado el 30 de enero de 1911, su circulación promedio de lunes a sábado es de 240.964 ejemplares y su sitio web es el más visitado en Colombia (Valencia, 2011).

El objetivo de este proyecto fue determinar los términos y condiciones diseñados por los portales el universal.com y el tiempo.com para la participación de los ciudadanos y establecer cuáles son las políticas de comunicación que están utilizando las ediciones digitales de estos periódicos para la creación de espacios locales, el fomento de la diversidad cultural y la pluralidad informativa.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción del Problema

Como en todos los países del mundo, en Colombia la prensa tiene unas características peculiares susceptibles de un análisis global, que muestran cómo han nacido, cómo han crecido, cómo se han desarrollado y se han sometido a los procesos que exigen los avances tecnológicos.

En la actualidad funcionan en el país diversidad de Diarios. Por ejemplo en Bogotá se encuentra el Espacio, el Tiempo, el Espectador, la República, entre otros. En Cartagena, existe el periódico local el Universal; éste cuenta con sus respectivas instalaciones y se destaca por ser el más antiguo y de mayor circulación, nació en marzo de 1948 y este año cumple 63 años de existencia (Historia El Universal, s.f). De igual forma en la capital Colombiana, el periódico el Tiempo, es uno de los ejemplares más antiguos, fundado el 30 de enero de 1911 por Alfonso Villegas Restrepo. Es hoy en día uno de los impresos más vendidos a nivel nacional (Información corporativa, s.f.).

Estos periódicos han sido concebidos y desarrollados de forma tradicional, con base en la comunicación lineal característica de los medios impresos.(Laswell, 1948, Modelo lineal de la comunicación); pero cada uno de estos diarios deben prepararse para asumir una tendencia tecnológica que busca llegar a un público más amplio en un mundo caracterizado por la sociedad de la información. Precisamente “una de las tradiciones más fuertes de la teoría liberal de la información ha sido la de creer que el periodismo informativo de una sola vía contribuye a la formación de opinión pública” (Miralles, 2001 p. 44). Según Miralles los medios deben pensar en el ciudadano como sujeto no como objeto, por lo cual deben apostarle a una agenda ciudadana, en donde ellos puedan participar activamente en la toma de decisiones “la idea democrática del periodismo cívico es que haya una construcción deliberativa de la agenda pública” (Miralles, 2001 p. 131). En este caso se debe pensar en una comunicación de dos vías, en donde el

ciudadano no solo sea receptor sino también emisor y en donde sus opiniones sean tomadas en cuenta.

Según (Castells, 1997 p. 47) "La era digital ha iniciado su andadura con importantes cambios en el panorama mediático. El resultado de esas transformaciones es una nueva ecología de la comunicación en la que destaca Internet, un medio de comunicación que permite, por primera vez, la comunicación de muchos a muchos en tiempos escogidos y a una escala global". Lo que quiere decir, que las redes han planteado un acercamiento entre las personas y los medios tradicionales que, en un principio, ha provocado una reacomodación del conjunto de los media dentro de la era digital.

El mundo se ha ido adaptando poco a poco a estos cambios por ejemplo hace 10 años comenzó en Estados Unidos un experimento, el cual llamaron periodismo cívico, algunos periódicos se atrevieron a ensayar una nueva forma de relación con sus audiencias "el principal ingrediente de esa nueva relación ha sido tener más en cuenta el punto de vista de los ciudadanos para hacer la agenda informativa y ofrecer elementos para que esos temas de iniciativa ciudadana encuentren canales hacia la acción a partir de la información y la convocatoria de los medios a la deliberación pública" (Miralles, s.f. p.1)

En el caso de Colombia los periódicos El Tiempo y el Universal, se han adaptado a estas transformaciones, para acercarse cada vez más a sus usuarios y poder mantenerse con garantías de éxito dentro del mercado y la sociedad (Moragas, 2003 p. 162). "Cada medio ha iniciado cambios de estrategia para garantizar su futuro en un escenario muy poco regulado, marcado por la multiplicación de la oferta y con nuevas formas en la relación con los usuarios".

Desde lo anterior, se resalta que los medios de comunicación se han convertido en centro de interés para los principales actores económicos. En este contexto, en los últimos años la prensa, la televisión y la radio. Se han consolidado como

empresas saneadas y han iniciado un recorrido hacia la constitución de grupos multimedia, hacia alianzas globales o locales y hacia una capacidad creciente de influencia. “Ese devenir mercantil se aceleró mientras todos los países mostraban una desvinculación de las políticas culturales y de comunicación” (Timoteo, 2005 p. 53). Esto según Bustamante “condujo a una gran carrera por la competencia con el negocio como referente y modelo dominante en el campo de la comunicación mediada tecnológicamente” (Bustamante, 2003 p. 38).

A partir de esto se deduce, que la prensa interviene en un marco de defensa de la libertad de información, de opinión y de diferentes puntos de vista sobre la humanidad. La información, tiene un valor de utilidad para intervenir en la sociedad. Lo que quiere decir que los ciudadanos necesitan mantener una lucha por la democratización de esos medios y una visión crítica sobre sus contenidos. Sin embargo el ciudadano no debe conformarse solo con obtener información de los medios, sino que debe luchar por obtener un espacio de participación en los mismos, puesto que “la información es condición necesaria pero no suficiente para la formación de opinión pública” (Miralles, 2001 p. 45).

Con el actual panorama del mercado de los medios impresos, rodeado por muchos interrogantes, ha hecho que las casas editoriales busquen numerosas salidas. Entre las que en los últimos años ha cobrado importancia la edición en línea. Así, las ediciones digitales o cibermedios (Díaz Noci y Salaverría, 2003 p.17) “Se presentan como una oportunidad, aunque hasta ahora han costado dinero a la mayoría de las empresas y muy pocas se han arriesgado a aprovechar todas las posibilidades que ofrece el ciberespacio”. Pero esto ha cambiado, porque periódicos como el Tiempo y el Universal, han revisado sus estrategias y han ofrecido nuevos productos en la web. Para ganar audiencia y estar presentes en la reestructuración del escenario social y mediático.

Entonces lo que se quiere saber con este estudio, es si hoy en día los medios están utilizando el ciberespacio como una herramienta para crear una

participación activa en los medios. Se busco encontrar cuales de las propuestas de Ana María Miralles sobre periodismo ciudadano, eran aplicables a las publicaciones digitales de los periódicos el Tiempo.com y el Universal.com, y de esta forma poder aportar nuevas ideas o sugerencias a las publicaciones online de estos periódicos, para así poder ir construyendo un periodismo ciudadano real.

Por tal motivo, este estudio se enfoco desde la siguiente pregunta problema, ¿Cuáles son las características de la propuesta de periodismo ciudadano de Ana María Miralles aplicables a la prensa digital de los periódicos el Tiempo.com y el Universal.com? El eje central de estudio son los postulados de Ana María Miralles sobre periodismo público, participación y ciudadanía, sustentada en su libro “Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana

Por medio de este interrogante se busco comprobar si en los portales web de los periódicos el Tiempo.com y el Universal.com, los lectores participaban en la configuración de estas ediciones digitales, es decir, hasta qué punto se permitía a los usuarios participar en la elaboración de sus contenidos abriendo campos para el debate social, en donde, “el periodismo público tiene como propósito la construcción del público, para traspasar las barreras del sistema tradicional y entrar en la esfera de la deliberación pública. En vez de quedarse en el registro de los hechos que otros producen”. (Miralles, 2002, p.17).

A partir de lo anterior se entiende, que la propuesta de periodismo busca que la opinión y el punto de vista de los ciudadanos sea tenido en cuenta para que no se queden como simples receptores de la información, sino que ellos mismos sean capaces de participar de modo activo en la difusión y transmisión de la misma (Miralles, 2002, p.46). . Es así como se analizó si las ediciones en línea de los periódicos antes mencionados, estaban encaminados por este tipo de periodismo, en el que los individuos son los actores principales de la comunicación, construyendo de esta manera espacios de deliberación pública. En este sentido, “el espacio público

ciudadano reincidentiría la individualidad integrándola en lo colectivo, reconocería públicamente a los individuos, no en el aislamiento de ámbito privado y en las transacciones del intercambio, sino a través del reconocimiento recíproco, iluminando así la pluralidad y la diferencia” (Miralles, 2002, p 55).

1.2 Justificación

La pertinencia del presente trabajo parte de la apuesta a lo local, se apela a los alcances de la comunicación para desarrollar la propuesta temática de periodismo público digital. Se tomó como punto de partida que los periódicos el Tiempo.com y el Universal.com manejan sus propios portales web, estos les permitían a los ciudadanos participar en la elaboración de algunos de sus contenidos y publicar su punto de vista sobre las noticias.

El objetivo es que estos portales no sólo manejen la participación desde estas dos alternativas, sino que elaboren las bases para “Reconectar a los ciudadanos en la vida pública” (Miralles, 2002 p.1). Lo que busca entonces que, el Tiempo.com y el Universal.com, puedan recrear espacios idóneos de participación. “En el que los ciudadanos puedan verse y reconocerse en la reconstrucción de ciudad a través de la construcción del espacio público” (Escobar, 2006 p. 2).

Otro aspecto importante es que la Universidad Tecnológica de Bolívar, empiece a elaborar un perfil del comunicador, dirigido no sólo desde la base de un modelo periodístico tradicional, sino que pueda manejar todas las competencias, para desarrollar una información que le apueste a la construcción de ciudad a partir del debate público. Y una vez desde el campo laboral, incluso desde los medios digitales precisados en este estudio, se pueda contar con profesionales capaces y calificados para cumplir con las exigencias del proceso comunicativo encaminado al diálogo, al debate y a la pluralidad.

1.3 Unidad de Investigación

Se pretende comprobar cuál es la participación de los lectores, en la producción y difusión de los contenidos de los periódicos el Tiempo.com y el Universal.com, para esto se hará una comparación entre ambos periódicos, en donde se podrá observar el movimiento que tiene cada portal con respecto a la participación activa de los ciudadanos.

Para lograr lo anterior este estudio se basará principalmente en los postulados de Ana Miralles, tomando como base las siguientes categorías: la participación ciudadana, el periodismo digital, el periodismo público y la esfera pública.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Describir las características del modelo teórico de periodismo ciudadano propuesto por Ana María Miralles, aplicado a un análisis cualitativo en las secciones “reportero ciudadano y “ciudadano reportero” presentes en las ediciones digitales de los periódicos El Universal.com y El Tiempo.com, con el fin de establecer y plantear recomendaciones a los procesos de producción de la prensa digital en Cartagena y Bogotá.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Identificar las características del modelo de periodismo ciudadano propuesto por Ana María Miralles a través de una comparación entre las secciones digitales seleccionadas.
- Determinar los términos y condiciones diseñados por los portales el universal.com y el tiempo.com para la participación de los lectores en el manejo de contenidos de la información.
- Establecer las políticas de comunicación que están utilizando las secciones digitales de los periódicos el Tiempo.com y el Universal.com, para la creación de espacios locales, el fomento de la diversidad cultural y la pluralidad informativa.

CAPITULO I MARCO REFERENCIAL

2. Estado del Arte

El siguiente estado del arte esta construido desde el contexto hispano al contexto Latinoamericano, para luego continuar la revisión en Colombia. De esta manera se conocerá cuáles han sido los estudios que se han hecho relacionados con este tema.

Existen investigaciones basadas en la creación de estrategias para que los medios impresos, puedan superar la crisis que han estado viviendo desde las últimas décadas del siglo XX, razón por la cual muchos países han merecido un análisis que confirman la amenaza de la situación si no se adoptan medidas.

Estudios de los que podemos destacar, el realizado en España, por Xosé López García y Xosé Pereira Fariña, 2007, titulado “La prensa ante el reto online. Entre las limitaciones del modelo tradicional y las incógnitas de su estrategia digital”. Valoración que fue sustentada por varios motivos entre las que se destacan: el retroceso general de la difusión, una pérdida por parte del mercado publicitario, un descenso del número de lectores jóvenes, una disminución de la influencia frente a la radio y la televisión y el incremento de los costos de distribución y producción (Morfin, J. 1997). Los periódicos analizados en este estudio también tuvieron que enfrentarse a los nuevos retos online, porque al ingresar a la web se encontraron con múltiples formas de dar a conocer las noticias. Ahora el reto más grande de estos periódicos es crear espacios de comunicación online, en donde los ciudadanos puedan dar sus opiniones y crear debates sobre temas tratados en las noticias.

De igual forma, se resalta las investigaciones sobre los periódicos online desarrolladas en los Estados Unidos por Jaime Morfin de la Universidad de Texas en 1997, las cuales giran en torno a un análisis de cómo la prensa impresa

norteamericana ha tenido la iniciativa de hacer presencia en la red y cómo se adaptado a la naciente prensa digital, sus necesidades, ventajas y desventajas, tales proyectos, han sido realizados por American Society of Newspaper Editors 1994, Gordon 1995, Hickey 1995, Moeller 1995, Morton 1996, Reddick & Elliot 1995, Straubha & la Rose 1996.

En Latinoamérica, las investigaciones sobre los periódicos online son muy escasas y las que se han hecho, han analizado aspectos similares estudiados por los norteamericanos. Tales trabajos han sido: Font 1996, Machado Goncalves y Silva Palacios 1997 y Waisbord 1997.

En Colombia, en el año 2000, La Universidad de Antioquia en convenio con la Escuela Interamericana de Bibliotecología y con el apoyo financiero del BID y Colciencias, desarrollo la investigación “*Análisis y Evaluación de los sitios web colombianos*” con el fin de conocer y analizar el diseño, contenido y estructura de los web sites que se cuelgan desde Colombia a la Internet; tomando como muestra más de 2000 web sites de diferente naturaleza: comerciales, informativos científicos, académicos, institucionales y personales (Correa, G. 1999).

El resultado de esta investigación permitió generar conocimientos sobre el comportamiento y la revolución, en el tiempo, de los sitios web colombianos; facilitó definir lineamientos, estrategias, consejos y cursos de acción, no sólo en el uso de la Internet en Colombia, sino en la reglamentación del sistema de información nacional. Cabe apuntar que esta investigación es la primera de su naturaleza en el país, como en Latinoamérica.

Adicional a esto se realizan programas de seguimiento, talleres y seminarios en todas partes del mundo que abarcan diferentes aspectos como: la preparación de los periodistas para enfrentar los retos de este nuevo medio, la falta de aprovechamiento total que hacen los medios tradicionales de esta innovación, cómo es el impacto de Internet en la sala de redacción de los periódicos, y si

sobrevivirá el periódico impreso ante la llegada del periódico digital, entre otros aspectos.

El resultado de la investigación *Análisis y “Evaluación de los sitios web colombianos”* permitió conocer estrategias sobre el uso de la internet en Colombia, lo que al mismo tiempo sirve como base para los periódicos analizados, puesto que con este estudio se dio un gran paso para definir lineamientos, estrategias, consejos etc que hoy en día le servirán a los periódicos que desean incursionar en la web.

Un trabajo que merece especial atención fue el realizado en 1997 por Jaime Morfin de la Universidad de Texas, en Austin, Estados Unidos. Este estudio fue llamado “La prensa Latinoamericana en Internet: una instantánea de los primeros años”. Aquí, trataron de abordar la mayor parte de los periódicos latinoamericanos de tiraje diario con presencia en internet (incluyendo los de Brasil), descartando aquellos que solo se editaban en la red. Se abarcaron aspectos como las diferencias entre el contenido en papel y el contenido en la red, el uso de Internet al interior del periódico y los planes futuros.

En Cartagena se han desarrollados temas relacionados con los medios digitales y periodismo ciudadano. Revisando la base de datos de la Universidad Tecnológica de Bolívar, el equipo de trabajo halló la investigación “Descripción del concepto de ciudad en el periódico “El universal” de Cartagena durante 2009” publicado en el 2010 por Yanithza Gómez. Estableció características del concepto de ciudad a partir de las narraciones del periódico el Universal de Cartagena.

El estudio de Gómez establece el espacio público como uno de los ejes centrales del periódico para referirse a la ciudad, definiéndolo desde lo físico. “La expresión espacio público en las noticias del Universal, se emplea para referirse al referente físico-espacial” (Yanithza Gómez, 2010, P 16). Situación

que pone de manifiesto la importancia del periodismo público digital, porque no sólo plantea el espacio público desde lo territorial, sino que también lo mira como espacio donde los ciudadanos pueden debatir, expresar ideas y crear acuerdos. Sin que esto implique un desplazamiento físico.

La investigación de Yanithza Gómez concluye que hay diversas definiciones de ciudad, pero es importante tener en cuenta que para definir a Cartagena es primordial establecer las categorías de espacio público, esfera política y formación de ciudadanía, partiendo del concepto de ciudad donde la construcción de la misma se fundamente en la formación de escenarios de participación, que generen cambio en la agenda política.

Otros estudios realizados en la UTB se encaminaron al diagnóstico de la configuración de páginas digitales. “El periodismo digital en la industria de prensa escrita de Cartagena, El Universal” trabajo publicado en el 2010 por Emiro Guerrero Polo y José Ignacio Piñeres Bossa. Su objetivo fue determinar las condiciones en las que se encontraba la industria informativa para el desarrollo del periodismo digital en Cartagena.

De igual forma se determinó el perfil profesional, los recursos tecnológicos y físicos de la prensa escrita. El periódico cuenta con ingenieros que se encargan del desarrollo del software, con oficinas determinadas para el impulso del periodismo digital y con actualización de la página dependiendo del material que se genere durante el día.

En especial este trabajo aportó grandes insumos a la investigación, porque muestra el panorama del desarrollo del periodismo digital, en el periódico El Universal de Cartagena. Describe el talento humano que lo compone, determina sus funciones dentro del ejemplar digital y plantea la necesidad del medio de apuntar a la construcción de actores activos en el portal.

Desde esta última pretensión del periódico, nace la importancia de nuestra investigación de darle un carácter más democrático a las participaciones de los ciudadanos y no que simplemente indaguen sobre los hechos noticiosos. Es decir, que los receptores se reconozcan como públicos propositivos en la esfera pública, para la conformación de la agenda ciudadana a partir de diálogos generados de sus propias experiencias.

Consultando la base de datos de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, el equipo de indagación encontró una investigación denominada “proyecto de elaboración de página web de periodismo cartagenero”, www.saladeredaccion.com un espacio del periodismo digital en Cartagena, publicado en el 2005 por María Fernanda Martínez.

Inicialmente lo que buscaba era crear un espacio de periodismo digital donde se concentrara una comunidad para charlar sobre noticias de Cartagena. Su objetivo es “aportar al periodismo local un espacio de comunicación- expresión alternativo, que además servirá para consultar y actualizar las noticias” (Martínez, 2005, P 4). La autora de www.saladeredaccion.com argumenta que el sitio nace como una respuesta a la falta de escenarios digitales, para el desarrollo del ciberperiodismo y el fortalecimiento de la libertad de expresión.

Para concluir cabe destacar que se pueden encontrar artículos relacionados con los temas antes mencionados sobre la prensa on line, artículos elaborados en su mayoría por comunicadores que han ingresado a este nuevo medio de información y que hacen parte de asociaciones como: AGP (Asociación mundial de Periódicos), OPI (Organización de Periodistas de Internet), ADP (Asociación de Periodistas Digitales de Chile), AMP (Asociación mundial de Periódicos), IFRA y la FNPI (Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano) Entre otras.

2.1 Marco Teórico

El presente trabajo está apoyado desde el paradigma teórico crítico social, ya que busca encontrar de qué forma las ediciones en línea de los periódicos el Tiempo.com y el Universal.com, están configurando su red de medios para crear propuestas que generen una cercanía con los ciudadanos, puesto que están asumiendo su responsabilidad en el fortalecimiento de lo público y el funcionamiento de la democracia, teniendo en cuenta la premisa planteada por (Miralles, 2002 ,P 17) “El periodismo público busca involucrase en las esferas de la deliberación pública”.

De igual forma el periodismo público busca saber si están apostando por una información útil para que los individuos puedan intervenir en la sociedad, empleando fórmulas participativas y una utilización acertada de la Internet, Es decir, como la herramienta tecnológica puede ser útil para reconectar la sociedad en un espacio común, donde se compartan temas de interés general y se cree proximidad entre los ciudadanos para escribir la historia a partir de sus propias experiencias.

Para romper con tal dominación, es pertinente abordar la propuesta temática de periodismo público digital, porque va más allá de la interacción y del comentario de noticias. Lo importante es construir espacios de comunicación donde los ciudadanos en un debate abierto puedan tratar temas de interés común, difundir sus inquietudes y sus necesidades, exponer sus puntos de vista sobre la situación del país. Por lo tanto, se verá si estos medios de comunicación están siendo útiles para la sociedad y si tienen en cuenta la opinión de los individuos, que son los sujetos de la información.

La escuela crítica, define que la comunicación es una herramienta de poder que aliena a los individuos mediante los productos culturales generados por las distintas industrias culturales (Adorno & Horkheimer, 1972. P 132). Cabe resaltar entonces, que esta teoría de la comunicación, logra apuntar a un periodismo

digital que origina espacios en donde los ciudadanos puedan interactuar, construir y expresar sus opiniones e ideas, sin estar sometidos bajo el poder de los modelos tradicionales de la comunicación, en este caso, la era digital.

De acuerdo a lo anterior, este estudio busca investigar si los periódicos estudiados están utilizando la comunicación como una herramienta para generar espacios de comunicación, en donde los ciudadanos puedan interactuar y compartir opiniones, todo esto a través de los sitios web ElTiempo.com y ElUniversa.com

Por otro lado el periodismo público se sustenta a partir de esta teoría crítica de la comunicación, en tanto que ambas buscan la integración del individuo invitándolo “a la complejidad de los enfoques discursivos sobre la realidad” (Miralles, 2001. P 13). El ciudadano con su experiencia particular, es visto como un referente valioso que aporta conocimiento sobre otra noción de ciudad.

Desde lo anterior, la unidad investigativa busco establecer si los portales web El Tiempo.com y el Universal.com, han introducido en sus ediciones digitales nuevas alternativas que creen espacios para el debate diario social y cultural de los individuos.

En conclusión se buscó establecer si en la actualidad los medios digitales están permitiendo la participación de los ciudadanos en la elaboración de sus contenidos, puesto que “abrir espacios para ciudadanos que en calidad de públicos asuman un más significativo perfil en el espacio público, es una de las propuestas centrales del periodismo público” (Miralles, 2001.p 30), partiendo de esto se analizaron las ediciones web de los periódicos El Tiempo.com y El Universal.com, y luego se estableció si realmente se estaban creando espacios de comunicación que puedan llevar a un periodismo público.

2.2 Marco Histórico

2.1.1 Surgimiento de la Internet en el Mundo

Para continuar con el estudio antes se debe saber que es la internet y como llego a Colombia, puesto que esta es la herramienta principal para el desarrollo del periodismo digital. Por esto hay que saber que la guerra ha sido una de las principales promotoras de muchas creaciones tecnológicas en el mundo, este es el caso de la Internet, que surgió a partir de la necesidad que tenia Estados Unidos de protegerse de los enfrentamientos militares en la guerra fría (Cobos, Tania L, 2002 p.19).

2.1.2 ¿Cómo nació la Internet?

Los inicios de la Internet nos remontan a la década de los años 60. En plena Guerra Fría Estados Unidos crea una red exclusivamente militar, con el objetivo de que en el caso de un ataque ruso, se pudiera tener acceso a la información militar desde cualquier punto del país.

A partir de los años 70, ya las empresas norteamericanas poseían en sus departamentos, por lo menos una computadora, y todos los de cada departamento se encontraban interconectados físicamente por un cableado. Esto recibió el nombre de red LAN (Red de Aérea Local, redes internas que solo funcionan dentro del mismo edificio pero que no tienen conexión con ningún otro sistema de red fuera del mismo). Pero, estas redes tenían el problema de que eran muy lentas respecto a la velocidad con que se comunicaban y además, todos los monitores debían de funcionar para que la red permaneciera en línea. En conclusión, la tecnología y el uso de redes LAN para esta época era poco confiable y difícil de manejar.

Hacia 1970, la Agencia de proyectos de investigación avanzada DARPA, miembros del Departamento de Defensa de los Estados Unidos desarrollo un nuevo tipo de red llamado ARPANET, que funcionó a pesar de múltiples obstáculos.

En 1985 la Internet ya era una tecnología establecida, aunque conocida por unos pocos. El autor William Gibson (citado en Cobos, Tania L, 2002 P.25) hizo una revelación: el término “ciberespacio”. En ese tiempo la red era básicamente textual, basándose en los videojuegos. Con el tiempo la palabra “ciberespacio” terminó por ser sinónimo de Internet.

Hasta 1992, la NSF net fue la columna vertebral de Internet en los Estados Unidos, es decir, fue una red backbone. Las redes más pequeñas, como las de los ISP, se conectaban a las redes backbone para poder prestar este servicio a sus usuarios.

Después de esto, es que la naciente internet dejo de ser controlada por el gobierno estadounidense en su totalidad y pasó a manos de iniciativas privadas, lo que permitió la comercialización y la privatización de este medio.

Luego en 1993 Marc Andreessen produjo la primera versión del navegador "Mosaic", que permitió acceder con mayor naturalidad a la WWW. La interfaz gráfica iba más allá de lo previsto y la facilidad con la que podía manejarse el programa abrió la red a los legos. Poco después Andreessen encabezó la creación del programa Netscape (Cobos, Tania L, 2002).

A partir de entonces Internet comenzó a crecer más rápido que otro medio de comunicación, convirtiéndose en lo que hoy todos conocemos y convirtiéndose en una herramientas importante para el periodismo digital, y al mismo tiempo internet da la posibilidad de abrir espacios de participación a la ciudadanía, es

por esto que se analizara si los periódicos estudiados están aprovechando este espacio de comunicación surgido gracias a la internet.

2.1.3 ¿Qué es Internet?

Internet es el acrónimo de International Network of Computers. Según la Real academia de la lengua Española, Está definida como la red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras u ordenadores mediante un protocolo especial de comunicación.

Internet presta diversos servicios tales como el correo electrónico Email, acceso a tableros electrónicos o boards, acceso a las nuevas redes sociales como Facebook, Twitter entre otras, grupos de noticias o newsgroups, bases de datos de cualquier parte del mundo a través de la WWW (world wide web o gran telaraña mundial), intercambio de archivos por medio de FTP y/o Gopher, acceso remoto a otras computadoras a través de telnet y muchos otros servicios tanto pagos como gratuitos.

2.1.4 Llegada de la Internet a Colombia.

En nuestro país, la llegada de la Internet es relativamente nueva, debido a que las primeras iniciativas se tomaron hacia 1990 y la primera interconexión de las universidades con el mundo, se realizó hacia 1994, sin embargo, el crecimiento ha sido asombroso en tan poco tiempo.

En 1990, a través de la red BITNET de IBM, con los esfuerzos de las universidades nacionales privadas y estatales, con el apoyo del Instituto Colombiano de Fomento para la educación Superior, ICFES y la Compañía Colombiana de Telecomunicaciones, Telecom, se logró en 1991, conectar un

canal análogo entre la Universidad de Colombia, en New York y la Universidad de los Andes en Bogotá, dicha red se llamó RUNCOL (Red de Universidades Colombianas) y contaba con la participación de más de 30 universidades del país que se habían comprometido a pagar el sostenimiento de dicha red. Solo cinco universidades con nodos de RUNCOL y esto a pesar de muchas dificultades técnicas, las demás se conectaban mediante llamadas nacionales a larga distancia a la Universidad de los Andes, con un horario predefinido donde la conexión se establecía mediante módems. RUNCOL solo brindaba el uso de correo electrónico o e-mail a través del protocolo de comunicación NJE, Manejado por la red BITNET de IBM.

Por otro lado, para 1991, TELECOM estaba desarrollando otro proyecto, ITECCOL, que se ejecutó aprovechando la existencia de COLDAPAQ (Red Colombiana de Transmisión de datos). ITECCOL se caracterizó porque ya utilizaba algunas aplicaciones de lo que más tarde se conocería como Internet.

En 1992, la Universidad de los Andes, la Universidad del Valle, la Universidad del Cauca, la Eafit y Colciencias crearon una pequeña internet utilizando a COLDAPAQ, lastimosamente otras entidades que quisieron unirse al proyecto no pudieron tener acceso a esta red. 'Esta, se caracterizó por poseer los mismos estándares técnicos que maneja Internet actualmente.

El 1 de Junio de 1994 se marca un hito para la historia de Internet en Colombia, con un esfuerzo de Universidades, el Estado y el sector privado equivalente a 1.800 millones de pesos, y se creó INTERRED – CETCOL (Red Nacional de Ciencia, Educación y Tecnología) que actualmente tiene 16 nodos en diferentes ciudades del país y permite la conexión a Internet de universidades, centros de investigación, académicos, usuarios corporativos y particulares.

La red CETCOL es una red de cubrimiento nacional que se integra a Internet a través de un enlace internacional entre el centro nacional de gestión y

operaciones, ubicado en Santafé de Bogotá D.C y la NSFnet, la red de la National Science Foundation de los Estados Unidos. Actualmente la NSFnet no existe, ya que fue reemplazada por la nueva red backbone ANSNET.

Dos meses después de fundada CETCOL, TELECOM lanzó su servicio SAITEL que permitía, por \$20.000 mensuales, la conexión de usuarios a la red de redes, pero sólo para mensajes y códigos de texto.

En enero de 1995, Compuserve empezó a prestar sus servicios como ISP (Internet Service Provider), proveedor de servicios de Internet. Más tarde, entraron a operar en el país otros ISP como IBM, Openway, Colomsat, SAITEL de TELECOM, IMPSAT y muchos más, echando a rodar la bola de nieve de los ISP que hoy funcionan en el país.

3. MARCO CONCEPTUAL

A continuación se plantearán las categorías a utilizar en el documento, partiendo de estas como base para el estudio. Las categorías principales a tratar son la comunicación, la participación ciudadana, el periodismo digital, el periodismo público y la esfera pública.

3.1 Comunicación

A través del tiempo y de la historia la comunicación ha sido la base fundamental de todo proceso de participación, por tal motivo se hace pertinente destacar algunas definiciones, que nos ayudarán a establecer si los medios digitales El Tiempo.com y el Universal.com, están utilizando el dialogo con sus lectores, para fomentar de una manera un proceso activo de intervención y deliberación pública desarrollando así un periodismo ciudadano. De esta manera la comunicación, “es un instrumento de diálogo y un elemento facilitador en el proceso de participación ciudadana” (Gumucio, 2009, p. 26).

3.2 Comunicación Política

Miralles en su libro *Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana* plantea las estrechas relaciones que tienen la comunicación y la política manteniendo esta dimensión de la comunicación y el periodismo como una cara más visible y objeto de discusión en la esfera pública. Por su parte Ochoa ve la relación de comunicación y política como elementos esenciales para la vida del hombre, “ambas han logrado mejor organización en la sociedad y desarrollo, la convergencia entre comunicación y política ha permitido que las sociedades desarrollen y trasciendan”. El autor ve la política como un estado natural del sujeto que a través de la comunicación establece relaciones más dinámicas en los diferentes sectores que componen la vida en sociedad. De acuerdo a esto los periódicos que están incursionando en la web, deben abrir espacios en donde los

ciudadanos puedan converger políticamente y comunicacionalmente, lo que fortalecería la construcción de lo público.

Por otro lado Pereira afirma que “la comunicación política podría ayudar al fortalecimiento y construcción de lo público, como escenario para la deliberación y enriquecimiento de la intersubjetividad” (2001 p. 32) pero además lo propone desde cuatro dimensiones.

- **Como proceso de información y formación de opinión pública:** Como proceso de diseño, producción, realización, circulación de mensajes en ámbitos diversos. Comunicar constituye un proceso de información para generar opinión pública.
- **Como proceso de construcción de sentido colectivo:** Representa y realiza un reconocimiento y cultural y social. Comunicar es narrar, representar, significar y construir sentido colectivo.
- **Como proceso de argumentación y deliberación:** Deliberando y proponiendo debate argumentado sobre asuntos públicos.
- **Como acción estratégica para la movilización y acción social:** instaurando procesos de interacción y participación ciudadana para construir acuerdos colectivos. Comunicar es construir red, tejido social, interacción e interconexión (Pereira,2001 p. 33).

3.3 Participación Ciudadana

La participación de los ciudadanos promueve el desarrollo de la opinión pública, porque a través de esta se pueden obtener las percepciones y propuestas de los ciudadanos, según (Velázquez, 2010, p.64) “la participación puede constituirse en elemento de ruptura de formas tradicionales de democracia a través del fortalecimiento del tejido asociativo y de multiplicación política y social. Así, nuevos actores cuentan con nuevos espacios para la deliberación política y para la construcción de estrategias de interés colectivo” por consiguiente la participación genera espacios de democracia y deliberación, en donde el público

puede compartir sus puntos de vista y ponerlos en consenso, es precisamente esto lo que se busca indagar, a través de este proyecto, si realmente los periódicos digitales El Tiempo.com y El Universal.com están permitiendo estos espacios de deliberación política y social.

3.4 Ciudadanía

Clemencia Rodríguez define la ciudadanía a partir de dos enfoques. El primero es: “El enfoque estado-nación, la ciudadanía es un aspecto fundamental de los procesos políticos y consiste en el conjunto de derechos, obligaciones y garantías públicas y privadas de que goza un grupo de la población que tiene la categoría de ciudadana, la cual le torga oportunidad en relación con el ejercicio del poder político y el control de las funciones públicas” (Rodríguez, 2002, P, 20).

A partir del enfoque anterior se puede decir que los individuos tienen tanto derechos, como obligaciones públicas y privadas, en este caso los ciudadanos tienen el derecho a ser informados, es por esto que los medios digitales, ofrecen toda la información necesaria para que las personas estén informadas, mas sin embargo estos no ponen en función sus obligaciones que son participar activamente en los mismos, dando sus opiniones y sugerencias, sino que se quedan como simples receptores. Este proyecto analizará si el público de El Tiempo.com y El Universal.com participan de forma activa en la construcción de ideas y debates, y si al mismo tiempo estos periódicos brindan espacios suficientes para generar esta participación.

El segundo enfoque se refiere a “El enfoque proceso social, en donde a el concepto de ciudadanía se le da un sentido más secular, alejado de todo culto de colectividad política, de todo culto de nación pueblo o república. Ser ciudadano significa sentirse responsable del buen funcionamiento de las instituciones que representan los derechos de las personas y permite una representación de las ideas y los intereses” (Rodríguez, 2002, p, 20). Este enfoque muestra a los

ciudadanos como receptores activos y responsables del funcionamiento de los medios, en este caso los digitales, para ser un público activo estos deben estar al tanto de todas las noticias y acontecimientos de su país, para poder así opinar y deliberar sobre la construcción de los contenidos de estos periódicos.

3.5 Periodismo Digital

Quim Gil define el periodismo digital como: “Aquel que rompe con la comunicación lineal y unidireccional e implica una serie de cambios fundamentales respecto a la rutina de la industria informativa”. Por su parte Concha Alberto Etxaluze lo señala como la convergencia de medios. (Prensa, radio, tv) inmersos en un producto interactivo y multimedia, integra diferentes recursos como el texto, la imagen, el video y el sonido”. (Citado, en el periodismo digital en la industria de prensa escrita de Cartagena, El Universal).

De acuerdo con las definiciones anteriores d, se puede decir que el periodismo digital ha puesto barreras a la comunicación, aunque existe un emisor y un receptor, no existe la retroalimentación en este proceso, mas sin embargo el periodismo digital proporciona la posibilidad de interactuar con herramientas nuevas, como los son los videos, el sonido etc, los cuales solo existen en este tipo de periodismo.

3.5.1 Características de periodismo digital según Ramón Salaverría.

Según el libro Redacción periodística en internet de Ramón Salaverría (2005 p. 36) podemos decir que las características del periodismo digital son:

- **Multimedialidad:** La define como el medio que integra en una misma plataforma los formatos: texto, audio, vídeo, gráficos, fotografías, animaciones, infografías, etc. En este caso esta característica es útil para este proyecto, porque los individuos pueden acceder a formatos diferentes que solo son posibles a través de la web y que facilitan los procesos de comunicación por medio de la interactividad.

- **Hipertextualidad:** Es definida como la posibilidad de acceder a la información de manera multidireccional y no lineal. Permite la navegación en el contenido a través de enlaces en relación al texto. Partiendo de lo anterior, podemos decir que esta característica permite que las personas puedan participar de una manera más efectiva en la elaboración de los contenidos web, utilizando la multidireccionalidad del periodismo digital para conocer más a fondo las noticias que se están comentando accediendo a enlaces, video, audio etc.
- **Interactividad:** Se refiere a la posibilidad que tienen los usuarios de interactuar con el medio, los autores y el texto. Permitiendo de esta forma un desarrollo de acciones que proponen y comunican directamente. En este caso se puede decir que los ciudadanos no solamente tienen la posibilidad de comentar o elaborar un contenido digital, sino que también pueden obtener respuestas o comentarios sobre su publicación, obteniendo así una retroalimentación.

Estas características sirven como soporte para trabajar el periodismo público, si se toma como punto de partida una comunicación que reconozca al ciudadano como parte importante de la generación de conocimiento y actores potenciales para construir democracia.

3.6 Periodismo público

Según Ana María Miralles “el periodismo publico va mas allá de una nueva modalidad profesional para el tratamiento de la información. Sus propósitos son mucho más de fondo. En realidad, se trata de una sugestiva invitación a traspasar las fronteras del periodismo tradicional y a involucrarse en la esfera de la deliberación pública, en vez de quedarse en el registro de los hechos que otros producen”. A partir de esto podemos decir que el periodismo público invita a que los ciudadanos participen en la producción y difusión de la información, para que no sean simples receptores pasivos. Esto quiere decir es que el periodismo publico promueve la democracia.

Uno de los propósitos principales del periodismo público es “involucrar al ciudadano no para promover procesos de autogobierno o suplir al Estado en sus tareas públicas, sino para formar una opinión pública autónoma” (Miralles, 2001, p.13). A través de este planteamiento se deja al descubierto que el periodismo público no busca únicamente satisfacer sus intereses, sino involucrar al ciudadano, cubriendo así los intereses de los mismos. Al finalizar este proyecto se conocerá si realmente los medios digitales El Tiempo.com y el Universal.com involucran a los ciudadanos en la creación de sus contenidos, generando así opinión pública.

3.7 Esfera pública

Para poder entender de donde surgen los debates ciudadanos debemos tener claro que “la noción de lo público está asociada a la aceptación de un principio de semejanza entre todos los miembros de la sociedad, la visibilidad de los debates en un espacio no organizado por el Estado, una distancia con la política institucional, reconocimiento de un mundo común en cuyo seno se construyen las particularidades de grupos con diferentes tipos de identidad”. (Pecaut, 2001. p. 46). Se puede decir que los debates públicos son escenarios diseñados por los

medios para el enriquecimiento de la intersubjetividad, en donde cada persona pueda reconocerse a través de lo individual como parte de un colectivo.

Por su parte Martins (2000) (*Citado en Espacio público y construcción de ciudadanía*) define que “El espacio público es conceptualizado como un escenario de socialización política con un amplio espectro de posibilidades y condiciones de interacción, de encuentro previamente normatizados, pero también susceptibles, en mayor o menor medida, de ser reorganizados por la acción espontánea o deliberada de los mismos actores sociales” de acuerdo a esta definición queda claro que los ciudadanos no solo pueden participar en los medios digitales como lectores, sino también como agentes participes de un cambio, puesto que estos dan sus opiniones sobre algún tema y al mismo tiempo intercambian ideas.

Por otro lado “El periodismo informativo presupone la existencia de una esfera pública funcionando, en la cual los asuntos comunes son continuamente reconocidos y discutidos. Por ello se piensa que es suficiente con presentar noticias, añadir algunos testimonios, publicar editoriales y hacer entrevistas a los funcionarios” (Miralles, 2001, p. 17), esto explica el porqué muchos periódicos solo se dedican a enviar información, puesto que suponen que la esfera pública está en función, es decir que los ciudadanos están deliberando sobre las noticias o hechos que son de su interés, sin contar que realmente dicha esfera pública no existe o por lo menos no está en funcionamiento como lo afirma Miralles.

Para poder llevar a cabo una esfera pública se necesita poner en funcionamiento herramientas para que los ciudadanos puedan interactuar entre sí y de esta forma proponer espacios de relaciones discursivas. Las siguientes herramientas pueden ser de gran utilidad para los periódicos digitales EITiempo.com y ElUniversal.com.

- **El portal:** “Es el lugar donde se encuentran los resúmenes de las discusiones, así como artículos de sus participantes. Se trata de un lugar

por donde se puede entrar a esfera pública y consultar todos los archivos de discusión, textos de autor, imágenes y video” (Esfera pública,2006).

- **El blog de esfera pública:** “Es donde se aloja las participaciones que circulan a través de la lista de correos y refleja la actividad del día a día de este foro. Esta plataforma opera por el modo de auto publicación. Es decir, cada afiliado a esfera pública, publica directamente sus participaciones” (Esfera pública,2006).

Lo ideal sería que los periódicos digitales El Tiempo.com y El Universal.com utilizaran las herramientas anteriores para generar espacios de deliberación, en donde los ciudadanos sean los principales protagonistas de cualquier discusión. Precisamente esto es lo que se propone indagar en el estudio.

(Rabotnikof,1993) Resume en tres las vetas que ha tenido lo público en Latinoamérica. Lo público como demanda de comunidad, que consiste centralmente en la reacción a una modernización sin modernidad. La gran demanda es de sentido de lo colectivo, de valores comunes y de certezas compartidas, que realmente son el corazón de los consensos básicos en una sociedad democrática. Esta demanda existe porque hay fragmentación y exclusión y se impone una especie de integración compensatoria. Las dos demandas más fuertes son la de la identidad y lo colectivo.

Lo público como vigencia del Estado de Derecho: el debilitamiento de lo público pone en peligro la noción misma de ciudadanía. Las políticas neoliberales como la desregulación, el adelgazamiento del Estado y la ausencia de garantías legales, además de la privatización de lo público suponen el desmantelamiento del Estado. La máxima expresión de la crisis es no poder invocar con éxito el principio de legalidad. El Estado debe ser el garante de la dimensión pública y el ciudadano es entendido como un sujeto no solamente de derechos políticos sino sociales y

económicos. La noción de lo público está vinculada al fortalecimiento de las instituciones del Estado y a la efectividad del poder judicial.

Cultura política ciudadana: una de las debilidades más grandes del tejido social en América Latina es la ausencia de una verdadera cultura política entre sus ciudadanos. En una visión paternalista, el Estado lo ha sido todo y al mismo tiempo no ha sido nada. Es decir, es identificado como el gran proveedor, pero ha fracasado en esa tarea y en el camino no ha fortalecido sino antes bien, debilitado a la sociedad civil. En esta noción de lo público se busca poner en relación las instituciones y la vida cotidiana, los principios generales y las relaciones interpersonales. (Las tres nociones de lo público planteadas por Rabotnikof son citadas en, Periodismo público en el ámbito del desarrollo municipal y local).

3.8 Deliberación pública

La deliberación puede ser entendida según (Elters, 2002, P.98). “como la toma de decisiones por medio de argumentos ofrecidos por y para los participantes que están comprometidos con los valores de racionalidad e imparcialidad”. Para el periodismo público la deliberación más que ganar o perder en la discusión, es la clasificación de los vínculos de lo individual a lo colectivo. Es decir, el momento en que los ciudadanos a partir de su experiencia individual puedan llegar a través del diálogo a un acuerdo colectivo, es precisamente esto lo que se debe hacer en los espacios públicos que abren los medios digitales, en donde los ciudadanos pueden interactuar entre otros sobre alguna noticia y llegar a un consenso colectivo acerca de la misma.

Según Miralles (2001, p. 105) “la deliberación pública no solamente permite la construcción de consensos, sino la construcción de identidades o la reconstrucción de discursos”. Lo que deja ver lo importante que es la deliberación pública, ya que no solo abre espacios de diálogo, sino que permite la construcción

de identidades, es decir el conjunto de tradiciones y creencias que surgen por medio del dialogo entre el individuo y la sociedad.

Por otra parte Joshua Cohen (2001) afirma que “de acuerdo con la concepción deliberativa, una decisión es deliberativa siempre y cuando surja de disposiciones de elección colectiva vinculantes que establezcan condiciones de razonamiento libre y público entre iguales que son gobernados por decisiones” (*citado en, Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana*). Esto deja claro que no es suficiente con que los ciudadanos accedan, en este caso a las páginas digitales de El Tiempo.com y El Universal.com y comenten sobre las noticias tomando decisiones y deliberando sobre las mismas, sino que estas deliberaciones se den de forma colectiva y sean de interés general.

Por otra la deliberación pública “toma al ciudadano tal como es, con sus experiencias de vida y sus percepciones. La deliberación de ciudadanos del común, con su “saber” de vida cotidiana en el ámbito local será una de las ocho rupturas (Miralles, 2002). Esto deja claro que los ciudadanos deliberan de acuerdo a sus experiencias de vida y creencias, por tal motivo, en los espacios de discusión se encontrarán muchas diferencias y controversias, debido a que todas las personas tienen percepciones diferentes.

4. Paradigma crítico de la propuesta temática Periodismo Público Digital.

El paradigma crítico precisa la comunicación social desde una mirada horizontal hace un análisis de la industria de la información para redefinir su valor social su objetivo tal como lo expresa Luis Ricardo Navarro en su artículo Aproximación a la comunicación social desde el paradigma crítico: una mirada a la comunicación afirmadora de la diferencia es “transformar, liberar, emancipar al ser humano de los postulados del positivismo, del funcionalismo”. Esos que desde la razón instrumental lleva a negar todo valor de la subjetividad.

Adorno & Horkheimer, 1972 dice que “Para la escuela crítica, la comunicación es una herramienta de poder que aliena a los individuos mediante los productos culturales generados por las distintas industrias culturales. Entonces, el paradigma crítico de la comunicación, puede señalar que el periodismo digital crea espacios en donde las personas pueden interactuar y construir conceptos e ideas, objetivas y subjetivas, pero aun así bajo el poder y dominación que ejerce la comunicación, en este caso, la comunicación digital. (Citado en, El periodismo digital en la industria de prensa escrita de Cartagena, El Universal).

Para romper con tal dominación es pertinente la propuesta temática de periodismo público digital porque va más allá de la interacción y el comentario de noticias, lo importante es abrir un espacio comunicacional donde los ciudadanos en un debate abierto puedan tratar temas de interés común. Para alcanzar este fin es pertinente repensar la acción comunicativa desde el paradigma crítico porque “concibe la comunicación como un ejercicio básicamente de interlocución y permanente construcción de sentidos a través de los cuales sea posible establecer una comprensión de las relaciones sociales” (Navarro, 2008, p 6).siguiendo con esta línea es posible pensar en los medios digitales El Tiempo.com y El Universa.com como instrumento

generador de espacio público donde las personas interactúan de forma autónoma en la construcción cotidiana de democracia.

El periodismo público se sustenta en paradigma crítico en tanto que ambos buscan la integración del individuo y los invitan “a la complejidad de los enfoques discursivos sobre la realidad” (Miralles, 2001, p 13) el ciudadano con su experiencia particular es visto como un referente valioso que aporta conocimiento sobre otra noción de ciudad.

4.1 Ana María Miralles y sus postulados

Teniendo en cuenta que el proyecto es basado principalmente desde la mirada de Ana María Miralles, es pertinente conocer sus definiciones acerca de la prensa digital y la agenda ciudadana, para relacionar sus conceptos con el presente estudio, y llegar así a una definición concreta de lo que se busca. Hemos utilizado sus teorías porque partiendo de nuestras investigaciones y comparando con otros autores, se comprobó que sus postulados sobre periodismos público, agenda ciudadana y deliberación son las que más se acercan a nuestro objetivo de estudio.

Para iniciar se debe saber que “El periodismo público es más que una nueva modalidad profesional para el tratamiento de la información. No se le puede confundir con un método o con una de tantas innovaciones que de vez en cuando se dan en el campo periodístico, ni entenderlo como una estrategia para captar audiencias. Sus propósitos son mucho más de fondo. En realidad, se trata de una sugestiva invitación a traspasar las fronteras del periodismo tradicional y a involucrarse en la esfera de la deliberación pública, en vez de quedarse en el registro de los hechos que otros producen” (Miralles, La construcción de lo público desde el periodismo cívico), esto es algo que muchos medios están implementando para involucrar a el público, para que no se queden como simples

receptores, sino que participen activamente debatiendo las noticias de los medios. En este caso se analizara si los periódicos El Tiempo.com y El Universal.com, están poniendo en práctica estos espacios de deliberación.

Teniendo claro lo anterior se puede decir que “la deliberación ciudadana es uno de los objetivos centrales del periodismo publico” (Miralles, 2001.p 59) más sin embargo estos espacios de deliberación no están involucrando a los ciudadanos, ya que en los portales web se ven muchos debates, pero cuántos de esos debates son encabezados por los individuos? Para conseguir una verdadera deliberación ciudadana se debe estudiar la forma como los medios se están acercando a las personas, y de qué manera se están convirtiendo en escenarios para esos encuentros. “En tanto brinden la oportunidad de desarrollar un trabajo hermenéutico sobre las dinámicas urbanas, centrarse en procesos e interacciones sociales y pensarse menos como meros suministros de información” (Miralles, 2001.p 68). A partir de esto, lo que se busca con el presente estudio es saber si los portales web El Tiempo.com y El Universal.com, son promotores de espacios de deliberación ciudadana o simplemente emiten información sin apostar a la propuesta de periodismo público.

Ana María Miralles también se refiere al periodismos cívico como un modelo que pretende eliminar las barreras entre los medios y los ciudadanos, mostrando “una sugestiva invitación a traspasar las fronteras del periodismo tradicional y a involucrarse en la esfera de la deliberación pública” (Miralles,1999, p 57). ,con esto concluimos que el periodismo público o cívico lo que pretende es que los ciudadanos se hagan partícipes activos, la idea es que debatan desde sus propias creencias o pensamientos los hechos que suceden a sus alrededor, y así eliminar las barreras entre el periodismo y la sociedad.

Dentro de este tipo de periodismo los ciudadanos son agentes activos debido a que realizan un ejercicio político al hacer parte de lo público teniendo la oportunidad de aportar. Así, según Miralles lo que debe primar no es la agenda

informativa establecida por los medios de comunicación, sino una “agenda ciudadana”. Concepto que define los temas a tratar, partiendo de las experiencias de la sociedad, mientras que los medios tradicionales, construyen sus agendas pensando únicamente en noticias. “El replanteamiento de los temas de la agenda informativa está en el centro de discusión sobre el concepto de que lo público existe en el periodismo. (...) A partir de los años 70, la sociología de la comunicación y la ciencia política en Estados Unidos se preocuparon por el tema de la agenda setting, entendida como la agenda de la opinión pública, a diferencia de la agenda que se ocupa de las políticas públicas y de las relaciones con los medios y con la ciudadanía”(Miralles,1999, p 57).

La participación de los ciudadanos en la escogencia de los temas que los involucren directamente son transversales a su desarrollo, acerca a esta nueva propuesta de periodismo con la política y la democracia. “los propósitos giran en torno de reconectar a los ciudadanos a la vida pública, potenciar la capacidad de deliberación de la ciudadanía, ofrecer información con miras a la participación, apoyar los procesos ciudadanos con un buen cubrimiento y especialmente un adecuado seguimiento, dar elementos para la creación de capital social”.(Miralles, 1999).

Esta propuesta de hacer un mejor periodismo, le abre las puertas a los ciudadanos para participar activamente en los medios de comunicación siendo emisores y receptores de la información. Así, se crean espacios para el intercambio de opiniones y creación de ideas, que pueden influir de manera positiva dentro de la sociedad.

Lo que pretende el periodismo público es establecer a los individuos como protagonistas de la narración, dejando actuar a los receptores como emisores. Dentro del marco de los medios existe el diálogo público, la libertad de expresión y pensamiento no solo para los que manejan la información, sino para las personas que quieran aprovechar la oportunidad de participar, y de esta manera se puede

llegar a la construcción de ciudadanía y de espacios para el uso de la opinión y la crítica.

Con la transformación del periodismo y la inclusión de los ciudadanos en la participación del mismo, el comunicador debe adaptarse a las nuevas propuestas y cambiar su punto de vista. La base es el periodismo ciudadano, por lo tanto se pretende establecer si las ediciones en línea de los periódicos El Tiempo.com y El Universal.com, están construyendo agenda ciudadana.

CAPITULO II METODOLOGÍA

5. Tipo de Investigación

Este proyecto se abordó desde el enfoque Cualitativo - descriptivo, pues describe situaciones y eventos que se estaban presentando, este ayudó a identificar si en los portales Web de los periódicos el Tiempo.com y el Universal.com, estaban brindando herramientas de participación, para que los ciudadanos se involucraran de forma activa en la producción y difusión de la información de los mismos.

Por su parte Ander - Egg (1977 p 40) expone que “los estudios formulativos o exploratorios y los estudios descriptivos son los dos niveles en los que habitualmente han de trabajar quienes están preocupados por la acción, puesto que permiten elaborar un marco de estudio a partir del cual se deduce una problemática ulterior, o bien formular un diagnóstico con el fin de conocer carencias esenciales y sugerir una acción posterior”.

El proyecto buscó establecer si los portales web de los medios impresos antes mencionados, brindaban herramientas de intervención para que los ciudadanos participaran activamente en la producción y difusión de la información.

En este estudio se utilizaron herramientas cualitativas para buscar describir el fenómeno de interés. De igual forma, es importante resaltar que “las investigaciones cualitativas tratan de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su sistema de relaciones, su estructura dinámica. Su estrategia intenta conocer los hechos, procesos estructuras y personas en su totalidad, y no a través de la medición de algunos de sus elementos”. (Taylor & Bodgan 1986,p124).

Por consiguiente, este procedimiento permitió, la comprensión, observación, exploración y descripción de situaciones, para poder profundizar en el tema y

obtener así las conclusiones que nos ayudaron a establecer el objetivo principal de este proyecto.

5.1 Muestra

Al profundizar en las ediciones digitales de los periódicos El Tiempo.com y El Universal.com, se encontró que estos cuentan con una sección titulada ciudadano reportero, en la cual los individuos pueden participar activamente contando hechos o sucesos que hayan protagonizado a nivel personal y social. Estas noticias son generadas por ellos mismos, teniendo la oportunidad de ser emisores y receptores a la vez de sus propias historias. Permitiendo así que las personas sean agentes activos en el proceso de la información.

Con la sección ciudadano reportero, los periódicos digitales no solo aseguran la participación de quienes realizan las historias, sino también la intervención de otros lectores, quienes no realizan noticias, pero si opinan activamente en estas, las cuales fueron generadas por ciudadanos como ellos, esto se debe a que las personas se sienten más próximos al léxico o forma de contar las historias, por lo cual se facilita las intervenciones.

El tipo de técnica que se utilizó para analizar los contenidos de las secciones “ciudadano reportero” y “reportero ciudadano” fue una muestra de semana compuesta, puesto que se eligió un periodo de 30 días, en el cual se escogieron 4 días de la semana iniciando el día lunes seguido del martes, miércoles y jueves del mes de agosto. Se eligieron diferentes días para tener una vista general de lo que realmente sucede en los periódicos que se estudiaron, puesto que si solo se elegía un día era posible tener un mayor sesgo en la muestra.

Lo que se buscó fue identificar si los periódicos digitales ElTiempo.com y ElUniversal.com estaban abriendo espacios de participación a los ciudadanos, y

de qué forma estos participaban en ellos, por tal motivo se analizaron durante un periodo de 30 días las secciones antes mencionadas.

Hernández Sampieri afirma que una muestra probabilística es cuando “todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos” (Sampieri, 1998, p.201) esto se realiza a través de una selección aleatoria, como será el caso de este proyecto.

Por otra parte, (Alatorre, 1996 p.82) define que “Se eligen los individuos que se estima que son representativos o típicos de la población. Se sigue un criterio establecido por el experto o investigador. Se seleccionan los sujetos que se estima que pueden facilitar la información necesaria. El muestreo intencional apelando a los siguientes criterios, a) género, b) experimentados y c) distribución por especialidad. A partir de esto, este método permitirá hacer una selección de las personas encargadas de realizar algunos de los contenidos que se escogerán de las ediciones digitales del Tiempo.com y el Universal.com, para establecer el objetivo de nuestra investigación, de esta forma reconoceremos el capital humano con que cuentan las dos empresas.

En conclusión se escogieron 2 muestras. Por una parte, las ediciones que se analizaron de los 2 portales web, Eltiempo.com y Eluniversal.com, las cuales como se dijo anteriormente fueron escogidas a través de la muestra compuesta. Y por otro lado un trabajador de los portales web antes mencionados, quienes estaban relacionados directamente con los contenidos y herramientas que estos portales brindan a los ciudadanos.

5.2 Técnica de Recolección de Datos

La técnica de recolección de datos fue cualitativa a través de: entrevistas semi-estructuradas.

Según Krueger 1991, p.37 “La entrevista de grupo focal funciona porque incide en las tendencias humanas. Las actitudes y las percepciones relacionadas con los productos, los servicios, o los programas que tienen las personas, son desarrolladas en parte en su interacción con otras personas. La evidencia de los grupos focales sugiere que las opiniones de un individuo pueden cambiar en el curso de la discusión con otros porque las personas influyen a las otras por medio de sus comentarios. Los analistas de grupos focales pueden descubrir más información sobre cómo dicho cambio ocurrió y la naturaleza de los factores influyentes. De esta manera el científico tiene la posibilidad de influir en el cambio por voluntad propia”.

Por consiguiente este tipo de entrevista nos permitió obtener información suministrada por nuestro público objetivo, en este caso tomamos una de las secciones pertenecientes a las ediciones digitales de los periódicos El Tiempo.com y El Universal.com, para establecer cuáles son los escenarios que se están creando para que los usuarios participen activamente en la creación y difusión de los contenidos.

La entrevista semi-estructurada es entendida, cuando “el entrevistador dispone de un “guión”, que recoge los temas que debe tratar a lo largo de la entrevista. Sin embargo, el orden en el que se abordan los diversos temas y el modo de formular las preguntas se dejan a la libre decisión y valoración del entrevistador.

En el ámbito de un determinado tema, este puede plantear la conversación como desee, efectuar las preguntas que crea oportunas y hacerlo en los términos que estime convenientes, explicar su significado, pedir al entrevistado aclaraciones cuando no entienda algún punto y que profundice en algún extremo cuando le parezca necesario, establecer un estilo propio y personal de conversación”. (La Entrevista Cualitativa, s. p. 3).

Cabe apuntar entonces, que al aplicar esta técnica se obtuvieron datos verbales por medio del entrevistado que se compararon mas adelante con la observación participante en las industrias digitales de El Tiempo.com y El Universal.com.

A través de la observación participante, el método cualitativo puede resolver incógnitas, identificar y describir las relaciones, estructuras y formas de una sociedad en cuanto su contexto.

Asimismo, la Real Academia de la lengua Española la define como: “la acción de examinar algo que nos rodea. Abrir los ojos para contemplar, buscar, comparar, en conjunción holística con el resto de los sentidos, es algo más que pasear la mirada diaria por nuestro entorno sin objetivo explícito alguno. Observar para conocer. La observación es la médula espinal del conocimiento científico y también se convierte en el eje que articula la metodología de la investigación cualitativa”. Partiendo de esto lo que se buscara en este proyecto es conocer, establecer y analizar como los ciudadanos participan en la creación de contenidos digitales de estas casas editoriales y si sus opiniones son tomadas en cuenta.

De igual forma, el observador participante cumple diferentes roles y Gold (1958), nos dice que su cooperación la remite en el más clásico texto de Junker, distinguiendo cuatro tipos básicos a) participante total; b) participante como observador; c) observador como participante y d) observador total. El último sostiene la distancia demandada anteriormente con objeto de no influir en los sujetos sometidos a observación. Podemos concluir que para realizar este proyecto, el grupo de investigación no deberá involucrarse directamente con los entrevistados, respetando cada una de sus diferentes funciones y su espacio laboral.

Navarro y Recart (1998), argumentan que se hace la necesidad de establecer un buen rapport con las personas con quienes se tratará durante el proceso a través de, por ejemplo, del completo respeto por sus rutinas y métodos, el evidenciar los

aspectos en común, ayudar a la gente que se desempeña en el escenario, demostrar humildad y apertura, además de un gran interés por los temas expresados espontáneamente. Si es importante para las personas que componen el escenario, el que el investigador participe de las actividades, éste debe hacerlo pero resguardando la división entre su rol, de participante activo; de hecho, si se ve en una situación de competición con los informantes, es mejor que se retire, así como también cuando el medio exige la actuación extraña a su personalidad.

Finalmente, este proceso nos ayudará a establecer el grado de intervención de los lectores, en los portales web El Tiempo.com y El Universal.com, para luego describir las características específicas tales como: participación, periodismo público, opinión pública y ciudadanía. Estas variables se analizarán para saber que tanta es la implicación de los individuos, en la creación y elaboración de una de las secciones que hacen parte de estas ediciones en línea.

6. Análisis portales

Tomado el 21 de agosto de ElUniversal.com



Ciudadano Reportero Cartagena de Indias - Colombia
Domingo 21 Agosto de 2011

Regístrate o Iniciar sesión

Noticias ↓ Opinión ↓ Regionales ↓ Suplementos ↓ Clasificados ↓ Turismo ↓ Multimedia ↓ Servicios ↓ El Universal ↓

Inicio

Imprudencia diaria

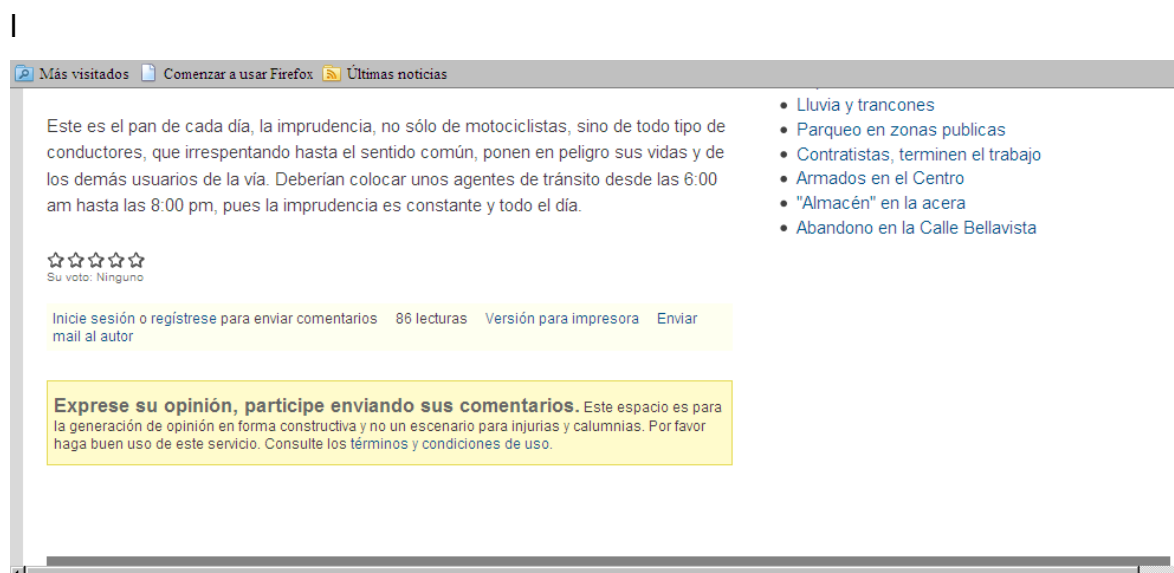
En la Avenida Pedro de Heredia, altura del puente del Barrio Las Gaviotas

ENVÍA TU FOTO-NOTICIA

Si usted es testigo de un hecho noticioso, tiene la oportunidad de contarlo, por escrito o con fotografías, regístrese y envíe su reportaje.

ENVIAR Preguntas frecuentes

Esta es la sección ciudadano reportero de ElUniversal.com, el espacio donde el ciudadano puede establecer un vínculo con el medio a través de la creación de contenidos, comentarios y anotaciones de las publicaciones. De acuerdo con lo observado la sección le hace una invitación al ciudadano para que registre los hechos y se convierta así en un reportero. A demás establece un espacio para comentarios apelando a la construcción de opinión pública, recordando hacer buen unos del ello.



Más visitados Comenzar a usar Firefox Últimas noticias

Este es el pan de cada día, la imprudencia, no sólo de motociclistas, sino de todo tipo de conductores, que irrespetando hasta el sentido común, ponen en peligro sus vidas y de los demás usuarios de la vía. Deberían colocar unos agentes de tránsito desde las 6:00 am hasta las 8:00 pm, pues la imprudencia es constante y todo el día.

☆☆☆☆
Su voto: Ninguno

Inicie sesión o regístrese para enviar comentarios 86 lecturas Versión para impresora Enviar mail al autor

Expresa su opinión, participe enviando sus comentarios. Este espacio es para la generación de opinión en forma constructiva y no un escenario para injurias y calumnias. Por favor haga buen uso de este servicio. Consulte los términos y condiciones de uso.

- Lluvia y trancones
- Parqueo en zonas publicas
- Contratistas, terminen el trabajo
- Armados en el Centro
- "Almacén" en la acera
- Abandono en la Calle Bellavista

Sin embargo podemos observar que la participación ciudadana en los comentarios es muy escasa por no decir nula, puesto que no hay comentarios en esta nota.

Tomado el 21 de agosto ElTiempo.com



Esta es la sección reportero ciudadano, podemos observar que las noticias tienen fecha, hora y nombre del ciudadano que publica la nota. Esta imagen fue obtenida el 21 de agosto y como se ve en ella la última noticia del portal fue publicada el 14 de julio, es decir hace más de un mes, lo que deja ver que no hay una buena participación de los ciudadanos en el portal.



En la parte de los comentarios podemos observar que si hay participación de los ciudadanos, 159 comentarios registra la noticia, a pesar que las notas no se

publican seguido cuando hay publicaciones los ciudadanos si participan activamente.

Los ciudadanos que comentaron la noticia en su gran mayoría establecían una inconformidad con lo sucedido, algunos comentarios apuntan a dar recomendaciones y establecer posibles medidas para evitar los atracos, sin embargo falta pasar la barrera de simplemente establecer una posición de acuerdo ò desacuerdo y llegar a un consenso común y posibles soluciones.

De acuerdo con el enfoque proceso social, la participación de los ciudadanos implica una responsabilidad en la esfera pública. Es sentirse responsable del buen funcionamiento de las instituciones públicas y privadas que representan los intereses de los ciudadanos. En este sentido, la responsabilidad va desde el buen uso por parte de ciudadano del espacio establecido por el medio, como es la sección de Reportero Ciudadano y una vez dada la participación es mirar a la generación de la deliberación.

Tomado el 31 de agosto de ElUniversal.com



Un reportero ciudadano que pidió la reserva de su nombre envió estas fotos con el siguiente comentario:

Movilidad

Perjuicio al comercio de El Laguito y molestia para propios y extranjeros...

Quiero saber que se ha hecho por mejorar la zona del laguito donde tanto niños, jóvenes y ancianos sufrimos cuando llueve y cuando no, ya que sube la marea y se inunda todo, causándonos caldas e inconvenientes para transitar, que hace la alcaldesa por esto? miren lo que nos toca vivir y estamos en un estrato 6 donde se paga un alto impuesto y

ENVIA TU FOTO-NOTICIA

Si usted es testigo de un hecho noticioso, tiene la oportunidad de contarlo, por escrito o con fotografías, regístrese y envíe su reportaje.

ENVIAR Preguntas frecuentes

Secciones

Cultura
General
Medio ambiente
Problemas comunitarios

Educación
Hecho curioso
Movilidad
Servicios públicos

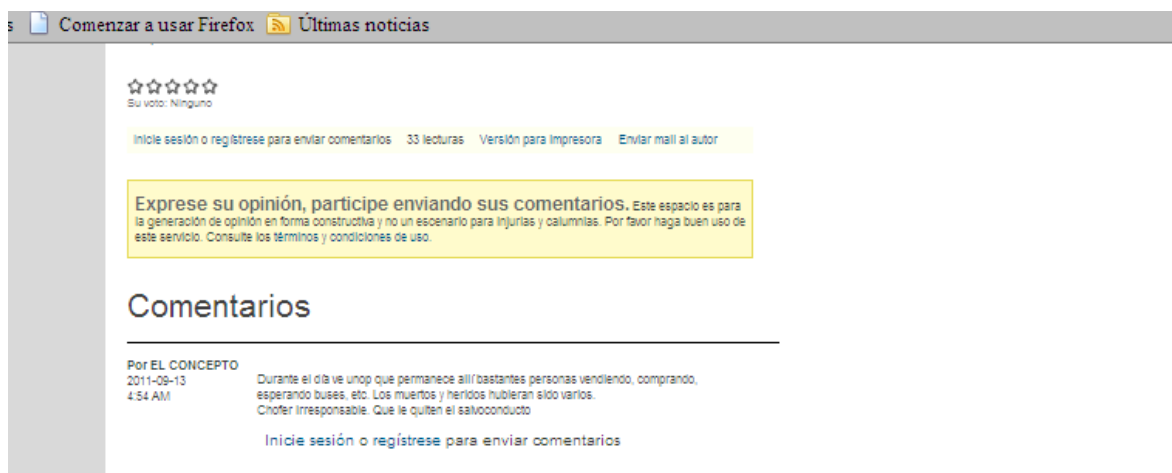
Lo más

Reciente Votado

- El 11/9 en Pie de la Popa
- Perjuicio al comercio de El Laguito y molestia para propios y extranjeros...
- Yo candidato a que aspiro
- Ciudad sin autoridad
- ¿Hasta cuándo?
- Imprudencia Vial
- Playas prohibidas

De la última vez que se tomo evidencia el 21 de agosto hasta el 31 de agosto se encontraron 2 noticias nuevas, las cuales aparecen nuevamente sin fecha y sin autor.

Tomado 14 de septiembre



En los comentarios de estas nuevas noticias se encontraron 33 comentarios sobre la nota, lo que demuestra que hubo un avance en cuanto a comentarios, puesto que en la primera evidencia no se encontró ningún comentario.

Miralles plantea que para la deliberación, el ciudadano debe tener unas competencias específicas: Debe poseer capacidad argumentativa, Ser capaz de establecer un juicio crítico y disposición para trabajar en la construcción de acuerdos. Es posible que mucho de los comentarios sean spam por eso el periodista debe mirar quienes de los ciudadanos que participan están realmente comprometidos con el desarrollo de la deliberación para poder llegar a feliz termino.

Unos comentarios son más profundos que otros, es decir demuestran un interés y un compromiso por el tema en cuestión, pero se debe revisar quienes lo hacen de manera constructiva y cuales de esos miran a posibles soluciones que benefician a un colectivo.

Tomado el 31 de agosto de EITiempo.com



De la última vez que se tomo evidencia el 21 de agosto hasta el 31 de agosto se encontraron 4 notas nuevas, lo que demostró un gran avance en comparación a la ultima vez que se hizo registro, en donde después de más de un mes solo se publico una nota.

El periodismo público implica una responsabilidad por parte del medio y de los ciudadanos, los periodistas deben invitar al ciudadano a la deliberación, deben establecer cuales son los temas que más interés causan en le público y luego hacer preguntas con miras a la participación donde el ciudadanos pueda consignar sus apreciaciones.

Tomado el 1 de septiembre

The screenshot shows a web browser window with the address bar displaying "usar Firefox" and "Últimas noticias". The main content area is titled "Otras noticias hoy" and contains two news items: "Un atracador en moto que sólo quiere celulares / Reportero ciudadano" and "Los líos del puente de la calle 110 con carrera Novena". Below the news items is a section for comments, titled "2 comentarios". It includes a "Comentar" button and a message stating "Para comentar esta nota usted debe ser un usuario registrado." with links for "Registro" and "Inicio de sesión". There is also a "Preguntas Frecuentes" link. Below the comment section, it shows "Otros comentarios (2)" and "Comentaristas identificados(0)". A comment by "ElMaldo" is visible, dated "Jueves 1 de septiembre de 2011 12:42 p.m.", with the text: "y para esto es que acabaron con las bahías de parqueo en Bogotá, ahora en vez de carros bien estacionados (sin armar trancón) tenemos bolardos, escombros y basura.....no hay derecho !!.....no más carrusel de bolardos !!!!". The sidebar on the right contains several advertisements, including "Eventos. FENALCO LA FUERZA QUE UNE Fenalco", "Maxximo Tim sensual como tú quieres ser www.maxximo.com Hasta 50% de descuento", "unPeriódico", and "UNAL Gánate unas vacaciones a".

Por su parte en los comentarios se encontraron solo 2 visitas, en comparación con la última vez que se tomó evidencia hubo disminución de las visitas.

El ciudadano muestra su inconformidad a través del comentario, pero por parte del medio no se ha generado propuestas donde se invite al ciudadano a presentar posibles soluciones a los temas que los aquejan.

Hasta este punto lo que podemos observar es la generación de un espacio público establecido por los medios en cuestión, la participación del ciudadano a través de la generación de contenido y comentarios, pero hace falta por parte del medio que esa participación pase la barrera de la generación de contenido y se invite al ciudadano a plantear soluciones y acuerdos en las discusiones que se establecen.

6.1 Análisis de resultados

Para el desarrollo de la propuesta temática de Periodismo Público Digital es pertinente establecer las características del modelo de periodismo ciudadano propuesto por Ana María Miralles. Es importante entender que el periodismo cívico busca involucrar al ciudadano en las esferas de la deliberación pública, a través de la participación de los ciudadanos en el espacio público donde se desarrolla la deliberación pública.

Los medios deben brindar espacios para que el ciudadano pueda participar tal como lo hacen en este caso EIUiversa.com y EITiempo.com, pero esa participación debe apuntar a la construcción de la opinión pública a través de debates y procesos de deliberación.

Los periodistas tienen que invitar al ciudadano a participar no sólo en la elaboración de contenidos, sino también el desarrollo de la deliberación pública, porque esto es uno de los objetivos principales del periodismo cívico.

El debate debe ser propuesto por el medio, los periodistas deben generar preguntas con miras a la participación, una vez estudiado los temas generados por las noticias, se procede a la focalización de la atención del público con los temas que le generen mayor interés.

En el caso de las ediciones digitales analizadas, se puede observar que la participación está encaminada a la elaboración de contenido con soporte visual, el ciudadano puede enviar la noticia al medio con videos o fotos y además puede dejar comentarios y anotaciones.

Si bien este es un paso importante, no se debe dejar de lado que el periodismo cívico es más que un juego de roles, lo que se quiere es que el ciudadano tenga la oportunidad de ser el protagonista de la narración, las preguntas por parte de los

periodistas deben apuntar a que el ciudadano reflexione y muestre una actitud propositiva, para generar a través de un juicio crítico la conformación de la deliberación.

Muchos de los ciudadanos en las apreciaciones que hacen de las notas no pasan del acuerdo o desacuerdo de lo publicado, en este sentido, la labor del comunicador es fundamental para propiciar la discusión con miras a posibles soluciones democráticas.

Es el medio el que da el primer paso invitando al ciudadano a participar en la discusión. En el caso de las ediciones digitales, Hace falta direccionar esos comentarios a posibles discusiones propositivas. Por eso es importante que el periodista haga interrogantes donde el público pueda reflexionar y llegar a acuerdo comunes.

Una vez establecido estos espacios de participación el ciudadano debe ser conciente de las obligaciones que genera el uso de un bien común. Se debe dejar claro que solo participarán en la discusión quienes demuestren mayor interés y posean una capacidad argumentativa para poder representar a quienes no la tiene.

La deliberación se puede hacer una vez al mes, se necesita el espacio público establecido por el medio, en este caso las secciones analizadas, una sugestiva invitación por parte del medio para que el ciudadano participe activamente y, uno de los periodistas encargados de las secciones, teniendo en cuenta que en ellas participan tres periodistas. Lo primordial es que la discusión y los comentarios estén direccionados a la construcción de soluciones democráticas.

7. Anexos

7.1 Formato de entrevista

Guía de entrevista para identificar cual es la implicación de los lectores en la configuración de las informaciones de las ediciones digitales de los periódicos el Tiempo.com y el Universal.com

Fecha: _____ Hora: _____ Lugar: _____
Entrevistado(a): _____

Introducción

Descripción general del proyecto (propósito, participantes, motivo por el cual fueron seleccionados, utilización de los datos).

Preguntas

- ¿Realiza encuentros con entrevistados abiertos al público?
- ¿Permite publicar comentarios en las noticias?
- ¿Permite comentarios en las columnas?
- ¿Tiene blogs de los periodistas abiertos a los comentarios del público?
- ¿Permite enviar imágenes al público?
- ¿Permite enviar vídeos al público?
- ¿Publica de forma sistemática artículos enviados por ciudadanos?
- ¿Permite que los ciudadanos envíen fotografías para que se publiquen en la web?
- ¿Permite que los usuarios emitan comentarios sobre encuestas que realizan?
- ¿Otros? (especificar)

7.2 Registro de Observación

Establecer cuáles son los espacios de intervención que están creando las ediciones digitales de los periódicos el Tiempo.com y el Universal.com, para que los lectores participen en la construcción de los contenidos.

Fecha: _____ Hora: _____ Portal _____

Observaciones: _____

El procedimiento

Para la realización de las entrevistas se escogieron aleatoriamente a las personas a entrevistar y se realizaron las preguntas establecidas.

Para el registro de las observaciones se ingreso en diferentes fechas a los 2 portales web para analizar si los ciudadanos contaban con espacios de deliberación, si estos existían, se observo sobre que deliberaban los ciudadanos.

7.3. INSTRUMENTOS APLICADOS

Entrevista El Universal

Fecha: 20/07/2011 Hora: 10:00 am Lugar: Cartagena

Entrevistado: Germán Gómez

¿Qué criterios debe tener en cuenta el ciudadano para enviar la noticia?

Los criterios a tener en cuenta son clasificar la noticia en una categoría previamente establecida por el medio por ejemplo deporte, cultura, medio ambiente entre otros.

¿Permite publicar comentarios de las noticia?

Si, los comentarios son publicados automáticamente después que pasan por un filtro de autocensura de palabras obscenas.

¿Permite comentarios en las columnas?

Si, una vez registrado el usuario accede a su cuenta para dejar su comentario y así establecer en muchos casos un debate expresando acuerdos y desacuerdo de lo escrito en la columna.

¿Tiene blog de los periodistas abiertos a los comentarios del público?

La mayoría de los periodistas del universal tienen blog y de igual forma permiten comentarios del público.

¿Permite enviar imágenes al público?

Tanto las imágenes como el video son formas de participación y material de evidencia que soporta la construcción de las noticias escritas por los ciudadanos.

¿Publica de forma sistemática artículos enviados por los ciudadanos?

La sección de ciudadano reportero es alimentada por los ciudadanos, si un día el periódico no recibe noticias se dejan las del día anterior o el periodista hace despliegue de una información enviada por el público.

Permite que los usuarios emitan comentarios sobre encuestas que realizan?

No, el periódico publica encuestas sin la opción de comentarios en la página digital, pero en su red social de facebook los ciudadanos si tienen la oportunidad de comentar acerca de las encuestas publicadas en el periódico.

¿Qué beneficios trae Ciudadano reportero tanto para el medio como para la ciudad?

Los beneficios para el medio se ven reflejados en información, la posibilidad de cubrir y publicar noticias a cualquier hora del día teniendo como mejores aliados a los ciudadanos, brindándoles este espacio que sirve como puente para que los demás tengan acceso a la información.

Los ciudadanos son más visibles, se ha desarrollado un sentido de pertenencia mostrando y denunciando las problemáticas de la ciudad apoyadas las noticias por el medio con publicación diaria.

¿Qué tanta es la aceptación de ciudadano reportero en la ciudad de Cartagena?

El día que más noticias llegan se cuenta con alrededor de quince y con permanente seguimiento de los usuarios comentándolas y pidiendo al periódico dependiendo de la importancia de la información el despliegue por parte de un periodista.

¿Actualmente el medio permite que la agenda ciudadana sea estructurada por los ciudadanos?

La agenda ciudadana es estructurada en muchos casos en el concejo de redacción del periódico, pero debido a la aceptación de Ciudadano Reportero se han tomado temas propuestos por los mismos ciudadanos para estructurar la agenda, el medio se abre a la posibilidad de estructurar la agenda ciudadana de acuerdo a las necesidades de la gente si ellos a si lo desean.

Cuadro 1. Sistematización de la información recogida

Preguntas – Respuesta	Categorías de periodismo	Categorías de periodismo público digital

<p>1¿Qué criterios se debe tener en cuenta el ciudadano para enviar la noticia?</p> <p>Los criterios a tener en cuenta son clasificar la noticia en una categoría previamente establecida por el medio como por ejemplo deporte, cultura, medio ambiente entre otros.</p>	<p>El modelo de periodismo tradicional la acción comunicativa es restringida a un proceso de diseño, elaboración y distribución noticias a partir de ámbitos diversos.</p>	<p>En periodismo público digital la comunicación tal lo define Dragón “es un instrumento de diálogo y un elemento facilitador en el proceso de participación ciudadana”. Más que nuevas estrategias para involucrar al público, es la oportunidad de participar activamente en el debate de noticias o lo que desde la perspectiva de Miralles se definiría como “como escenario de deliberación pública”.</p>
<p>2¿Permite enviar imágenes al público?</p> <p>Tanto las imágenes como el video son formas de participación y material de evidencia que soporta la construcción de las noticias escritas por los ciudadanos.</p>	<p>El Periodismo digital proporciona la oportunidad de interactuar con nuevas herramientas, como son las imágenes y videos que pueden ser representadas en forma de participación siempre y cuando sean suministradas por el público.</p>	<p>La categoría de participación ciudadana Para el periodismo público digital está encaminada a que los sujetos Puedan involucrarse en la esfera de la deliberación pública, en vez de quedarse en el registro de los hechos.</p>
<p>3¿Publica de forma sistemática artículos enviados por los ciudadanos?</p> <p>La sección de ciudadano reportero es alimentada por los ciudadanos, si un día el periódico no recibe noticias se dejan las del día anterior o el periodista hace despliegue de una información enviada por el público.</p>	<p>Periodismo digital definido desde la convergencia de medios integrando diferentes recursos como el texto, la imagen, el video y el sonido.</p>	<p>Periodismo público digital como promotor de la democracia. Es decir, los ciudadanos participan en la producción y difusión de la información como agentes activos para dejar de ser simples receptores pasivos.</p>
<p>4¿Permite publicar comentarios de las noticia?</p>	<p>La esfera pública es definida como el espacio donde los ciudadanos consignan sus apreciaciones a través de una</p>	<p>La noción de lo público está asociada a la aceptación de un principio de semejanza</p>

Si, los comentarios son publicados automáticamente después que pasan por un filtro de autocensura de palabras obscenas.	auto publicación.	entre todos los miembros de la sociedad, la visibilidad de los debates en un espacio no organizado por el Estado. El espacio de deliberación donde los ciudadanos sean los protagonistas de cualquier discusión que se genere.
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>5¿Permite comentarios en las columnas?</p> <p>Si, una vez registrado el usuario accede a su cuenta para dejar su comentario y así establecer en muchos casos un debate expresando acuerdos y desacuerdo de lo escrito en la columna.</p>	<p>La deliberación puede ser entendida “como la toma de decisiones por medio de argumentos ofrecidos por y para los participantes que están comprometidos con los valores de racionalidad e imparcialidad”.</p>	<p>La oportunidad de comentar es vista como espacio comunicacional donde los ciudadanos en un debate abierto puedan tratar temas de interés común, exponiendo sus puntos de vista sobre los contenidos de su interés a partir de su experiencia individual para que puedan llegar a través del diálogo a un acuerdo colectivo.</p>
<p>6¿ Tiene blog de los periodistas abiertos a los comentarios del público?</p> <p>La mayoría de los periodistas del universal tienen blog y de igual forma permiten comentarios del público.</p>	<p>Para el periodismo digital estos escenarios funcionan como herramientas para que los ciudadanos interactúen a partir de relaciones discursivas.</p>	<p>Los blog son espacios de deliberación ciudadana eliminando así las barreras entre el periodismo y la sociedad, dando lugar a la participación ciudadana con el conjunto de tradiciones y creencias que surgen por medio del diálogo entre el individuo y la sociedad.</p>
<p>7¿Permite que los usuarios emitan comentarios sobre encuestas que realizan?</p> <p>No, el periódico publica encuestas sin la opción de comentarios en la página digital, pero en su red social de facebook los ciudadanos si tienen la oportunidad de comentar acerca de las encuestas publicadas en el periódico.</p>		

<p>8¿Qué beneficios trae Ciudadano reportero tanto para el medio como para la ciudad?</p> <p>Los beneficios para el medio se ven reflejados en información, la posibilidad de cubrir y publicar noticias a cualquier hora del día teniendo como mejores aliados a los ciudadanos, brindándoles este espacio que sirve como puente para que los demás tengan acceso a la información. Los ciudadanos son más visibles, se ha desarrollado un sentido de pertenencia mostrando y denunciando las problemáticas de la ciudad apoyadas las noticias por el medio con publicación diaria.</p>	<p>En la era digital la interactividad permite evaluar la relación que existe entre medio y usuario, los ciudadanos no solamente tienen la posibilidad de comentar o elaborar un contenido digital, sino que también pueden obtener respuestas o comentarios sobre su publicación, obteniendo así una retroalimentación.</p>	<p>Uno de los objetivos del periodismo público digital es la construcción de identidad o la reconstrucción de discursos en donde a partir del diálogo lo ciudadanos se reconozcan como parte de un espacio público colectivo. Ese espacio que puede estar representado por los periódicos El Tiempo.com y El Universal.com permitiendo a los sujetos se receptores y fuentes de mensaje.</p>
<p>9¿Qué tanta es la aceptación de ciudadano reportero en la ciudad de Cartagena?</p> <p>El día que más noticias llegan se cuenta con alrededor de quince y con permanente seguimiento de los usuarios comentándolas y pidiendo al periódico dependiendo de la importancia de la información el despliegue por parte de un periodista.</p>	<p>El periodismo digital crea espacios en donde las personas pueden interactuar y construir conceptos e ideas, objetivas y subjetivas, bajo la dominación de la comunicación digital. En este caso se hace referencia a términos y condiciones implantadas por los medios para el uso adecuado de la sección Ciudadano Reportero.</p>	<p>Ciudadano reportero es instrumento generador de espacio público donde las personas interactúan de forma autónoma en la construcción de un área comunicacional donde se puedan tratar temas de interés común.</p>

<p>10¿ Actualmente el medio permite que la agenda ciudadana sea estructurada por los ciudadanos?</p> <p>La agenda ciudadana es estructurada en muchos casos en el concejo de redacción del periódico, pero debido a la aceptación de Ciudadano Reportero se han tomado temas propuestos por los mismos ciudadanos para estructurar la agenda, el medio se abre a la posibilidad de estructurar la agenda ciudadana de acuerdo a las necesidades de la gente si ellos a si lo desean.</p>	<p>El periodismo informativo presupone la existencia de una esfera pública funcionando, en la cual los asuntos comunes son continuamente reconocidos y discutidos. Por ello se piensa que es suficiente con presentar noticias, añadir algunos testimonios, publicar editoriales y hacer entrevistas a los funcionarios.</p>	<p>En este lineamiento lo importante para en periodismo publico digital es crear espacios de deliberación pública donde los temas a tratar sean de común acuerdo entre los ciudadanos y no únicamente los intereses del medio. Es decir que los cartageneros a partir de sus propias experiencias sean los que determinen la agenda ciudadana.</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Entrevista El Tiempo

Fecha: 05/09/2011 Hora: 9:00 am Lugar: Bogotá

Entrevistado(a): Juan Sebastián Quintero

¿Cómo y cuando surgió la sección del periódico Reportero ciudadano de la edición digital del periódico el Tiempo.com?

R/ La sección Reportero Ciudadano nació en Citytv y EL TIEMPO. Esa información la pasa la sección de Bogotá y luego se publica en ELTIEMPO.COM

¿Qué criterios debe tener en cuenta el ciudadano para enviar la noticia?

R/ Que sea verdad (se envía a un periodista para que revise) y que sea un tema serio que le interese a varias personas.

¿Permite publicar comentarios de las noticia?

R/Si

¿Permite comentarios en las columnas?

R/Algunos. Algunos comentaristas de EL TIEMPO piden que en la versión digital de su columna no se pueda comentar.

¿Tiene blog de los periodistas abiertos a los comentarios del público?

R/Si

¿Permite enviar imágenes al público?

R/ Los usuarios pueden enviar imágenes a EL TIEMPO a través de redes sociales.

¿Publica de forma sistemática artículos enviados por los ciudadanos?

R/ Si

¿Permite que los usuarios emitan comentarios sobre encuestas que realizan?

R/ Si

¿Qué beneficios trae Reportero ciudadano tanto para el medio como para la ciudad?

R/ Esta sección ayuda a que se cree un fuerte vínculo entre la ciudadanía y el medio de comunicación. Además, se aprovecha información que el periodista no pudo obtener.

¿Actualmente el medio permite que la agenda ciudadana sea estructurada por los ciudadanos?

R/ No en su totalidad, pero si influyen mucho. Sobre todo ahora que hay tantas posibilidad de participar, a través de Internet.

Análisis entrevistas a ElTiempo.com y ElUniversal.com

De acuerdo a las respuestas dadas por los dos periódicos se puede decir que tanto eltiempo.com como el eluniversa.com si abren espacios de comunicación y participación ciudadana, aunque en algunos casos es un poco restringido.

Un ejemplo de lo anterior es que Eltiempo.com permite que los usuarios hagan comentarios sobre las encuestas, mientras que Eluniversal.com no cuenta con este espacio de participación, sin embargo afirman que los ciudadanos pueden opinar sobre las encuestas en su red social de facebook.

La comunicación desde el paradigma crítico es vista como un instrumento de diálogo que le brinda la posibilidad al ciudadano de conectarse con la esfera publica, desde esta perspectiva las secciones digitales establecen un espacio para crear un vinculo con los lectores, pero hace falta por parte de los periodistas la focalización de la atención del ciudadano para apuntar a una mayor participación activa.

De igual forma Eluniversal.com afirma que permite comentarios sobre las columnas, ya que esto generaría debates entre los ciudadanos, por su parte Eltiempo.com dice que en muchos casos no cuentan con este espacio de participación, puesto que los mismos comentaristas de Eltiempo.com solicitan que en su columna no se pueda comentar, lo que le quita al ciudadano la oportunidad de participar activamente en este medio.

De acuerdo con lo anterior lo importante para el periodismo cívico es reconectar al ciudadano en esferas de la deliberación pública, si bien es una ganancia que el

medio brinde espacios para comentar las columna, como oportunidad para que el ciudadano pueda construir un juicio crítico; lo que realmente interesa es la generación de un debate donde el público pueda discutir temas de interés común.

Por otro lado los dos medios cuentan que si publican sistemáticamente los artículos enviamos por el público, ya que estas secciones de ciudadano reportero y reportero ciudadano se alimentan netamente de los mismos ciudadanos, puesto que este es un espacio abierto para la deliberación y participación de las personas.

De igual forma los dos periódicos estructuran la agenda ciudadana de acuerdo a los ciudadanos, claro esta no en su totalidad, pero si influyen mucho en la redacción de esta, dependiendo de las necesidades del público y de la importancia de los temas a tratar.

Las secciones de ciudadano reportero de Eluniversal.com y reportero ciudadano de Eltiempo.com, fueron creadas para mantener un contacto directo con el público y al mismo tiempo tener la posibilidad de conseguir información adicional, noticias que el periodista no pudo conseguir por diferentes motivos.

Los medios aplican censura a los ciudadanos que hacen mal uso del espacio brindado, no se puede atentar contra la integridad de las personas, y si lo hacen, el talento humano encargado de las secciones les llama la atención y si reincide puede llegar hasta la cancelación de la cuenta.

Es importante entender que el ciudadano goza de unos derechos pero también de deberes y obligaciones, y en este caso uno de sus deberes es hacer buen uso del espacio brindado por el medio para lograr beneficios comunes.

Para concluir se analizo que Eltiempo.com antes de publicar una noticia enviada por los ciudadanos, primero verifica la veracidad de la misma y luego si es publicada, a diferencia de Eluniversal.com que no verifica la veracidad de las noticias, sino que son publicadas automáticamente en el portal, mas sin embargo los comentarios que hacen sobre las noticias si tienen un filtro de palabras para prevenir así palabras no deseadas.

Entrevista Ana María Miralles

¿Cómo trabaja usted la categoría de ciudadanía de manera general en su discurso y cómo es aplicable a las narrativas de la prensa digital en Colombia?

R/ La categoría de ciudadano trabajo desde la ciencia y la filosofía política, entendiendo al ciudadano como portador de derechos y deberes y más allá como un ciudadano de alta intensidad, lo cual significa que participa activamente en la vida pública. Yo creo que el periodismo convencional no ha entendido al ciudadano sino como consumidor y mucho me temo que la activación ciudadana que ahora vemos en los medios digitales pueda quedarse o bien en un acto irrelevante de "democraterismo" o en una fórmula para mantener cautivas a las audiencias.

¿Cuál considera usted que podría ser su aporte a las narrativas de la prensa digital en Colombia en cuanto se refiere a la formación de ciudadanía?

R/ No sé muy bien a qué te refieres con esa expresión de "narrativas digitales". Lo que sí puedo decirte es que el periodismo, así sea en formato digital, en mi opinión conserva unas lógicas que no favorecen la real participación ciudadana en la construcción de lo público. Lo que quiero decir es que para mí lo que está representando un cambio es la expresión de múltiples grupos e individuos por fuera de la producción mediática, incluso si esa producción circula por internet. En términos de participación ciudadana no veo nada nuevo en el horizonte de los

medios en internet, porque no apuntan a construir agendas ciudadanas que intenten influir en el poder político.

¿Qué sugiere usted que podría retomarse de su propuesta teórica por parte de la prensa digital en Colombia?

R/ Justamente creo que lo que hay que hacer es promover el debate público por medio de los nuevos instrumentos que en internet facilitarían mucho ese trabajo. Debate público es lo que falta tanto en los medios convencionales, como en los medios en internet. No se puede confundir la publicación de mensajes recogidos por los periodistas en las redes sociales con la verdadera generación de opinión pública. Aquí lo que está faltando es la verdadera figura del debate público con inclusión del ciudadano del común. Pero a los medios no les interesa que nada se debata.

¿Por qué surge el proyecto de voces ciudadanas?

R/ El proyecto surgió de la Especialización en Periodismo Urbano de la UNiversidad Pontificia Bolivariana de Medellín, como una apuesta para la construcción democrática de ciudad y ciudadanía. Uno de los ejes teóricos más importantes de este posgrado estuvo animado por las reflexiones en torno al papel de la comunicación y del periodismo en la construcción de lo público democrático. de ahí surgió la idea de Voces Ciudadanas y también del intercambio con colegas de Estados Unidos que unos años antes venían trabajando en esa línea.

¿Cuál cree usted que debe ser el aporte de los medios para construir la esfera pública?

R/ Creo que los medios deben promover la cultura democrática abriendo espacios para el debate público incluyendo las posiciones consolidadas de los ciudadanos a través de procesos de deliberación. No es necesariamente una participación de los ciudadanos en la construcción de la información, sino basados en una buena calidad de información periodística (que no la hay, por cierto), puedan participar

adecuadamente en el debate sobre lo colectivo y especialmente sobre políticas públicas y asuntos que los afecten directa o indirectamente.

¿Usted en su libro “periodismo opinión pública y agenda ciudadana” nos habla de “traspasar las barreras del periodismo tradicional hacia un periodismo público este último hace de la búsqueda de nuevos lenguajes uno de sus mayores centros de atención” pag 110¿Usted cree que es viable que los medios comunicación en Colombia pueda apostar al periodismo público?

R/ De hecho yo hice el proyecto Voces Ciudadanas durante 11 años en este país , así que creo que es posible, pero hoy me inclino más a pensarlo desde la producción propia de medios en la web, como eje de este trabajo de debate público, con un acompañamiento de los medios tradicionales. Pero para ello hay que entender bien que no se trata simplemente de una forma superficial de participación ciudadana sino de procesos reales de deliberación con los ciudadanos que permiten arribar a agendas ciudadanas que entran en interlocución con el poder, como lo hicimos en el modelo de Voces.

Análisis entrevista Ana María Miralles

Teniendo en cuenta el aporte de Miralles a esta investigación con sus respuestas, podemos interpretar que para ella un ciudadano es una persona con derechos y deberes, lo que le permite participar activamente en las deliberaciones públicas, aplicándolo a esta investigación esto quiere decir que el ciudadano tiene el derecho a participar en las deliberaciones de los portales web y ser visto como un ciudadano activo y no como un simple consumidor.

Ana María Miralles cree que los supuestos espacios de deliberación que están abriendo los medios en la web no son tan reales, sino son más bien una forma de mantener a las audiencias, si analizamos estos podemos ver que los portales de ElTiempo.com y ElUniversal.com al crear las secciones de Reportero ciudadano y

Ciudadano reportero consiguieron que más personas ingresaran al portal, ya sea para publicar una nota o para comentar sobre las notas.

Por lo tanto Miralles afirma que no ve nada nuevo en internet hablando de espacios de participación ciudadana, puesto que estos no apuntan a construir agendas ciudadanas, las cuales puedan por lo menos intentar influir en el poder político, sino que simplemente buscan construir una agenda informática mas no una agenda ciudadana.

En este punto las ediciones digitales no están focalizando los temas ni direccionando los comentarios a la generación de una participación propositiva, lo que deja ver el inmenso trabajo que hay que desarrollar por parte de los periodistas si se considera alcanzar los propósitos del periodismo ciudadano.

Esos propósitos van encaminados a que el ciudadano se vea más que un simple receptor y pueda pasar de comentar y generar contenidos a la verdadera discusión pública.

Miralles considera que para lograr una verdadera deliberación pública hay que contar con una figura del debate público, lo que implicaría incluir al ciudadano del común, para esto según Ana María Miralles los medios deben de aprovechar los instrumentos que hoy en día ofrece el internet.

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Se concluye que tanto EITiempo.com como el EUniversal.com están apostando a una participación ciudadana más eficaz, en donde los ciudadanos puedan participar activamente y al mismo tiempo buscan crear vínculos directos con los mismos para que se sientan más identificados con los medio.

Los periódicos EUniversal.com y EITiempo.com con la sección de Ciudadano Reportero, están direccionando el periodismo a la construcción de la democracia, cumpliendo además con el objetivo del periodismo cívico, gracias a que permiten la participación de los ciudadanos en la producción y difusión de la información.

Para seguir apostando a la construcción de un espacio público, los medios EUniversal.com y EITiempo.com pueden ejercer un rol de ejes articuladores en la discusión pública. Es decir, entendiendo el espacio público como referente formador de temáticas que puedan captar la atención de los ciudadanos y fomentar la participación colectiva.

Miralles propone la focalización de la atención del público para abrir el debate, estudiando la oferta de temas cotidianos (seguridad, convivencia, responsabilidad social, etc) que pueden surgir de hechos noticiosos donde la gente demuestre mayor interés.

La deliberación es primordial en la opinión pública, ambos medios deben brindar más espacios de diálogos donde los ciudadanos puedan compartir sus posiciones y construir un juicio crítico alrededor de temas de interés común.

Miralles destaca la importancia que tiene para el periodismo público la generación de diálogos entre pares. Es decir, permitir que todos los ciudadanos tengan la oportunidad de apropiarse del tema y expresar sus ideas sin que se

busque la conformación de un nuevo liderazgo, distinto a la de la participación colectiva.

Para tal fin, los periódicos ElUniversal.com y a ElTiempo.com juegan un papel primordial en el acompañamiento y la conformación de debates, los periodistas deben hacer preguntas con miras a la participación, generar interrogantes que expresen respuestas abiertas, donde los ciudadanos a partir de sus experiencias expongan sus proposiciones y no preguntas donde las opciones de respuestas sean: Sí, no, tal vez.

La ciudadanía y los medios deben destacar que más que desempeñar un rol de reportero, le están apostando a la construcción de públicos; entendiendo este punto tal como lo propone Miralles “actores potenciales para llegar a soluciones democráticas de los problemas público”. Ciudadanos con capacidad argumentativa, que no sólo emitan contenidos, sino que también expongan puntos de vista que no solo expresen acuerdos y desacuerdos.

Ambos medios deben tener presente que si bien para el periodismo público la generación de debates se representa como una ganancia, lo ideal es que trabajen por el fortalecimiento de participaciones propositivas, donde no sólo se hable de que está bien y que está mal, sino que además, los ciudadanos sean capaces de plantear y alcanzar soluciones.

La agenda ciudadana es un tema en construcción para los dos medios. En el caso del ElUniversal.com si bien se han desplegado temas propuesto por la ciudadanía, se debe seguir trabajando por la elaboración de una agenda construida colectivamente entre ciudadanos del común.

Miralles plantea que la perspectiva ciudadana en la construcción de la agenda se puede introducir de dos maneras: cruzándola con los temas de los periodistas y

ayudando a construir la agenda ciudadana por medio de propuestas de participación.

Los periodistas que desempeñen la labor de periodismo público deben establecer espacios de conexión entre la ciudadanía y el poder estatal, donde se exponga por parte del público, lo previamente planteado en la agenda ciudadana al interlocutor pertinente (representante del poder estatal), para una vez llegado a acuerdos colectivos, se proceda a un seguimiento periodístico donde se mantenga a la ciudadanía al tanto del acontecer y el cumplimiento de los acuerdos establecidos en el debate.

Ambos periódicos van por un buen camino, mas sin embargo deben de abrir más espacios de comunicación entre las partes, espacios que puedan ser utilizados por los ciudadanos para debatir, comentar, publicar etc. Eliminando así las barreras entre los medios y los ciudadanos que es la propuesta principal de Ana María Miralles.

De igual forma ambos medios deben de tener en cuenta que no debe primar la agenda informativa, sino la agenda ciudadana, esto quiere decir que deben manejar temas de interés general partiendo de las experiencias de la sociedad, consiguiendo así un mejor periodismo público, en donde los ciudadanos puedan ser protagonistas de la narración.

Se recomienda a ElUniversal.co y a ElTiempo.com.

- Confirmar la veracidad de las noticias enviadas por los ciudadanos en el caso de Eluniversal.com.
- Permitir que los ciudadanos puedan comentar en las encuestas, columnas, blogs etc, puesto que están en su derecho de participación.
- Convertir a los ciudadanos en protagonistas de la narración.

- Consideramos que la agenda ciudadana debe ser estructurada al menos en un 90% por los ciudadanos, ya que son el público directo y los medios deben de satisfacer las necesidades de sus consumidores, en este caso temas de interés general como noticias, encuestas etc.
- Manejar fechas en las noticias publicadas en la sección de ciudadano reportero de ElUniversal.com.
- Hacer más publicidad a las secciones para que allá más participación ciudadana en los portales.
- Una vez estructurada la agenda ciudadana hacer seguimiento para el cumplimiento de los acuerdos establecidos.

9. REFERENCIAS

Cobos, Tania L (2002). Tesis: *Estudio del diseño del sitio web del periódico El Heraldo en la ciudad de Barranquilla*. Barranquilla, Universidad del Norte.ç

Correa, G. 1999. *Análisis y evaluación de los sitios WEB colombianos*.Colciencias.

Elters, Jon (2001). *Democracia deliberativa*. Ed Gedisa. Barcelona España.

Ochoa, oscar (2000). *Comunicación política y opinión pública*. México: McGraw Hill.

Gedisa, E. (2008). Alternativas en los medios de Comunicación digitales. Ciencias Humanas y Sociales.

Gómez, Yanithza (2010). Descripción del concepto de ciudad en el periódico “El universal” de Cartagena durante 2009”. Cartagena.

Guerrero, Emiro, Piñeres, J. (2010). El periodismo digital en la industria de prensa escrita de Cartagena, El Universal. Cartagena.

Martín, Barbero (2002). *Política y comunicación. Desconfiguraciones de la política y nuevas figuras de lo público*. Revista foro. No 45.

Martínez, María (2005). Tesis de grado. Proyecto de elaboración de página web de periodismo cartagenero. Cartagena.

Miralles, A (2002). *Periodismo opinión pública y agenda ciudadana*. Grupo editorial Norma. Colombia.

Miralles, A (1998) El periodismo cívico como comunicación política en revista Nómadas No 9 Bogotá DICUP. P. 64.

Navarro, L (2008) *Aproximación a la comunicación social desde el paradigma crítico: una mirada a la comunicación afirmadora de la diferencia* [Versión electrónica]. Investigación y desarrollo 16, 2.

Rabotnikof, N (1998) *Ciudadanía, lo público, democracia – Textos y notas*. Luis Jorge Caray Salamanca. Pág.17. Capítulo 2 Algunas concepciones teóricas sobre lo público: una aproximación básica.

Real Academia Española (2011). *Diccionario de la lengua española* (2010). (edición.). (2 vols.). Madrid, España.

Salaverría, Ramón (2005). *Redacción periodística en Internet*. Eunsa, Pamplona.
Torrico, Erick (2004). *Abordajes y periodos de la teoría de la comunicación*. Bogotá: grupo editorial norma.

Velásquez, F. (2010). *Ciudadanía activa*. Edición Tecnológica de Bolívar. Cartagena, Colombia.

Yory, C. (2007). *Espacio público y formación de ciudadanía*. Editorial pontificia editorial javeriana. Colombia.

El Espectador, Archivo de Internet (29-5-1996). «[El Espectador](http://web.archive.org/web/19961103222924/www.elespectador.com/9605/29/homepage.htm).
<http://web.archive.org/web/19961103222924/www.elespectador.com/9605/29/homepage.htm>

El Espectador, Medios (2-10-2008). «[Elespectador.com, mejor sitio de noticias del país](http://www.elespectador.com/entretenimiento/arteygente/medios/articulo-elespectadorcom-mejor-sitio-de-noticias-online-del-pais)
<http://www.elespectador.com/entretenimiento/arteygente/medios/articulo-elespectadorcom-mejor-sitio-de-noticias-online-del-pais>

Esfera pública.(2006). Recuperado el 28 de mayo de 2011 de http://esferapublica.org/portal/index.php?option=com_content&task=view&id=75&Itemid=31

Gumucio, Alfonso. *El cuarto mosquetero: la comunicación para el cambio social*.
Extraído el 2 de abril del 2009 de
<http://www.geocities.com/agumucio/ArtMosqueteros.html>

Historia de El Universal (s.f.). Recuperado el 2 de octubre de 2011 de,
<http://www.eluniversal.com.co/historia-de-el-universal>

Información corporativa (s.f.). Recuperado el 24 de septiembre de 2011 de
http://www.diarioeltiempo.com.ve/V3_Corporativo/historia.htm

Miralles, A. (s.f). La construcción de lo público desde el periodismo cívico.
Recuperado el 5 de octubre de 2011, de
www.infoamerica.org/documentos_word/rosen01.doc

Miralles, A. (1998). El periodismo cívico como comunicación política. Recuperado
el 26 de mayo de 2011 de <http://www.catedraa.com.ar/varios/articulos/miralles.pdf>

Miralles, A. (2006). Periodismo público en el ámbito del desarrollo municipal y
local”. [En línea]. Disponible en
www.infoamerica.org/documentosword/rosen01.doc recuperado el 26 de mayo de
2011.

Miralles, A. (1999) “La construcción de lo público desde el periodismo cívico”. [En
línea]. Disponible en www.infoamerica.org/documentosword/rosen01.doc.
Recuperado el 25 de mayo de 2011.

Morfin, J. (1997). La prensa latinoamericana en Internet: una instantánea de los primeros años. [En línea] <http://www.lanic.utexas.edu/ilas/tpla/9701.html>

Morales, M. (2005, XXIV julio-diciembre) *Tendencias y debates actuales en el periodismo digital*. [En línea]. Signo y Pensamiento <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=86004707>

Navarro, S y Recart, H. 1998. Introducción a los métodos cualitativos de investigación, la búsqueda de significados. Recuperado el 2 de octubre de 2011 de <http://socioloco.tripod.com/observacion/metodos.htm>

Orihuela, J. (2002) Los nuevos paradigmas de la comunicación [en línea], Recuperado en enero de 2010 de (<http://www.ecuaderno.com/paradigmas/>).

Orozko, A. (s.f.) *Concepto de Periodismo Digital* [en línea]. Curso de Periodismo Digital. Recuperado en Mayo de 2009, de <http://web.jet.es/inforpesca/concepto.htm>

Roles y Gold. 1958. Observador como participante. Recuperado el 2 de octubre de 2011 de http://www.chospab.es/investen/diferido/presentaciones/mesa_17/Arantzamendi.pdf

Rost, A. (2006) La interactividad en el periódico digital. [Versión electrónica]. Tesis doctoral. Universidad Autónoma De Barcelona. Recuperado en mayo de 2009 de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=5737>

Valencia, Álvaro. (24 de Febrero del 2011). El Tiempo, cien años de historia. Recuperado el 3 de octubre de 2011 de

http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/lvarovalenciatovar/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8921842.html

Xosé L y Xosé P,2007) “La prensa ante el reto online. Entre las limitaciones del modelo tradicional y las incógnitas de su estrategia digital”. [En línea]. Disponible en www.falternativas.org/content/.../5784/.../d803_23-10-07_abstract122.pdf .

Recuperado el 28 de febrero de 2011.